



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE MIEL DE ABEJA EN LA PARROQUIA DE ANDRADE MARÍN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

AUTORA: MARITZA EUGENIA CADENA TERÁN

DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS

Ibarra, Julio del 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto es un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE MIEL DE ABEJA EN EL CANTON ANTONIO ANTE”, está compuesto por los siguientes capítulos: Diagnóstico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Financiero, Estructura Organizacional e Impactos del Proyecto.

El Diagnóstico Situacional nos muestra los principales aliados, oponentes y riesgos del sector, luego de haber realizado la evaluación de la información, mediante la tabulación se diagnóstico que no existe en el Cantón Antonio Ante, una empresa industrializadora y comercializadora de Miel de Abeja. En el Marco Teórico se detalla la investigación de miel de abeja, sus derivados, el origen, beneficios y los usos obtenidos del producto. en el Estudio de Mercado se efectuó un análisis de variables como son la Oferta y la Demanda, Precios y la Competencia. En el Estudio Técnico se refiere a la localización de la Microempresa, la ingeniería y la inversión, conociendo que la miel de abeja es uno de los productos que genera divisas a la Provincia y por ende al país sin embargo su precio en el mercado ha tenido altibajos por desconocimiento de sus propiedades y falta de promoción. El número de empresas que envasan miel en la provincia es reducido y por tanto la comercialización a nivel provincial tiende a ser baja e inestable, esto tomando en cuenta que no existe publicidad extendida que promocióne las bondades del producto pues científicamente está comprobado que previene y cura muchas enfermedades, por lo tanto tiene propiedades curativas y vitamínicas. En cuanto su estudio como su evaluación financiera son positivas en todos sus indicadores e impactos por lo que se recomienda poner en marcha este proyecto de gran valor para el desarrollo económico del Cantón Antonio Ante como de la Provincia de Imbabura.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

MARITZA EUGENIA CADENA TERÁN

CI. 100270401-1

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Maritza Eugenia Cadena Terán, para optar por el **Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoria CPA**, cuyo tema es: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Industrializadora y Comercializadora de Miel de Abeja en el Cantón Antonio Ante”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los.....días del mes de Julio del 2011.

ING. MARCELO VALLEJOS

C.I. 100181382-1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Ibarra a, 18 de Julio del 2011

“Yo, Maritza Eugenia Cadena Terán, con Cédula de Ciudadanía Nro. 100270401-1, declaro ser autora del presente estudio de factibilidad, y a la vez manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los Derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador , artículos 4, 5 y 6 del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE” que ha sido para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA en la Universidad Técnica del Norte.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica

Maritza Eugenia Cadena Terán

C.I.100270401-1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en forma digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS CONTRATO | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------|
| CÉDULA CIUDADANÍA : | 100270401-1 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | CADENA TERÁN MARITZA EUGENIA | | |
| DIRECCIÓN : | ATUNTAQUI, CONDOMINIOS LA GRANJA | | |
| E-MAIL | marycadena1429@hotmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO | 062 908 499 | TELÉFONO MÓVIL | 099344947 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|------------------|--|
| TÍTULO : | “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Industrializadora y Comercializadora de Productos Derivados de Miel de Abeja en el Cantón Antonio Ante”. |
| AUTOR | |

| | | | |
|-----------------------------|--|----------|-----------------------------------|
| FECHA: AA/MM/DD | 2011-07-19 | | |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | | | |
| PROGRAMA | <input checked="" type="checkbox"/> | PREGRADO | <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA | | |
| ASESOR: | ING. MARCELO VALLEJOS | | |

2.- AUTORIZACIÓN DE DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Maritza Eugenia Cadena Terán, con Cédula de Ciudadanía Nro. 100270401-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte” la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, Investigación y extensión en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo Nro. 143.

3.- CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrollo, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es, el titular de los derechos patrimoniales por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra a, 18 de Julio del 2011

LA AUTORA

ACEPTACIÓN

Maritza Eugenia Cadena Terán

Lic. Ximena Vallejos

C.I. 100270401-1

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con mucho cariño a mi familia, de manera especial a mi esposo Julio Cesar y mi hijo Julian, quienes con profundo amor, paciencia y comprensión comparten mi anhelo y esperanza de superación profesional; su ayuda me ha motivado para culminar esta meta.

Maritza Eugenia Cadena Terán

AGRADECIMIENTO

Al término de esta etapa de mi vida, quiero expresar un profundo agradecimiento a Dios por darme la vida y a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron a realizar la más grande de mis metas, la cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir.

De manera especial, a la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y Escuela de Contabilidad Superior y Auditoria y a mis catedráticos que supieron entregar con dedicación y paciencia sus vastos conocimientos y por haberme dado la oportunidad de cristalizar un sueño en una hermosa realidad en mi anhelo de crecer como profesional y aportar en beneficio de mi institución y en especial al Ing. Marcelo Vallejos por ser Director de Tesis que me asesorado con mucha amabilidad.

A mis queridos padres, que siempre confiaron en mí y en mi capacidad de superación y perseverancia para lograr mis objetivos propuestos.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación denominado Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Industrializadora y Comercializadora de Productos Derivados de Miel de Abeja en el Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, se ha desarrollado bajo los criterios y la modalidad de proyecto de factibilidad.

Para un conocimiento general del contenido de este estudio, a continuación se expone una síntesis de lo tratado en cada capítulo del informe final del trabajo de grado.

El informe consta siete capítulos que están distribuidos de la siguiente manera:

En el primer capítulo se realizó un diagnóstico situacional, con la finalidad de analizar sus aliados y oponentes, así como sus debilidades y fortalezas para plantear estrategias que puedan minimizar fracasos, así como los actores que son los productores y consumidores de miel de abeja del sector.

En el segundo capítulo se refiere al marco teórico; dónde se conceptualiza y se define la microempresa, la producción y comercialización de la miel de abeja.

El tercer capítulo se refiere al estudio de mercado, que trata de , los productos, las características, precios unitarios, peso y volumen, características técnicas, la demanda, comportamiento de la demanda, tamaño de la población y muestra, hábitos de compra, capacidad de

gasto, motivos de compra, comercialización, resultados generales, análisis de ubicación, costos, aspectos relevantes de la demanda, producción, proyección de la demanda, análisis de la competencia, estrategias, comportamiento de la oferta, indicadores de la oferta, proyección de la oferta, comercialización de la miel de abeja.

El cuarto capítulo tiene que ver con el estudio técnico y la ingeniería del proyecto; que consta de los siguientes aspectos: nombre de la microempresa, tamaño, macro localización, micro localización, proceso de adquisición inversiones, e ingeniería del proyecto, el producto, y diagramas de procesos.

El quinto capítulo hace referencia al estudio económico que contiene inversiones totales, costos, gastos, ingresos proyectados, estado de resultados, balance inicial, balance proyectado, flujo de caja., en referencia a los siguientes indicadores: Costo de oportunidad, Valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), Período de recuperación (PRI) y Relación beneficio costo (B/C); Punto de Equilibrio.

El sexto capítulo es la propuesta administrativa, los objetivos, la misión, la visión, los valores, componentes gerenciales claves, procesos cultura organizacional, talento humano, propuesta legal, constitución de la empresa.

El séptimo capítulo se sustenta sobre los impactos, en el campo Socio Económico, empresarial, Educativo Cultural, ético y ambiental.

INDICE

| ÍNDICE | PAGINA |
|--|--------|
| INDICE DE TEMAS Y SUBTEMAS | |
| PORTADA | i |
| RESUMEN | |
| EJECUTIO..... | ii |
| AUTORÍA..... | iii |
| INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO | iv |
| CESIÓN DE DERECHOS | v |
| AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION..... | vi |
| DEDICATORIA..... | vii |
| AGRADECIMIENTO..... | viii |
| PRESENTACION | ix |
| INDICE DE TEMAS Y SUBTEMAS..... | x |
| INDICE DE CUADROS | xii |
| INTRODUCCIÓN | xviii |
| JUSTIFICACION..... | xix |
| OBJETIVOS | xxi |
| CAPITULO I..... | 25 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 25 |
| ANTECEDENTES | 25 |
| Situación Geográfica | 25 |
| Información General | 29 |
| Turismo y Economía en Atuntaqui. | 29 |
| Clima | 29 |
| Andrade Marín | 29 |
| Aliados, Oponentes y riesgos | 30 |
| CAPITULO II | 32 |
| MARCO TEÓRICO | 32 |
| Base Teórica | 32 |
| Base Conceptual | 32 |
| LA EMPRESA | 33 |
| MICROEMPRESA | 35 |
| COMERCIALIZACIÓN | 35 |
| MIEL DE ABEJA | 38 |
| MERCADO | 39 |
| El Cliente | 39 |
| Estudio Técnico | 40 |
| Tamaño del proyecto. | 41 |
| ESTUDIO FINANCIERO | 41 |
| Evaluación económica. | 41 |
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 44 |

| | |
|--|-----------|
| Ingeniería del proyecto. | 44 |
| CAPÍTULO III | 50 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 50 |
| ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO | 50 |
| Finalidad del estudio de mercado | 50 |
| Objetivos del estudio de mercado | 51 |
| Objetivo General | 51 |
| Objetivos Específicos | 51 |
| Variables e indicadores | 52 |
| Población y muestra investigadas | 53 |
| Población | 53 |
| Resultados de Encuestas a consumidores | 56 |
| ENTREVISTA DIRIGIDA AL APICULTOR MAGAP | 64 |
| ENTREVISTA DIRIGIDA A LA COMPETENCIA | 64 |
| ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO | 66 |
| Mercado Meta | 66 |
| SEGMENTO DE MERCADO | 67 |
| ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA | 70 |
| Capacidad de oferta | 70 |
| ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | 71 |
| Demanda Real | 71 |
| Demanda Potencial | 71 |
| Demanda de producción en el cantón Antonio Ante | 73 |
| IDENTIFICACIÓN ANÁLISIS DE PRECIOS | 74 |
| ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | 74 |
| ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO) | 75 |
| CAPÍTULO IV | 77 |
| ESTUDIO TÉCNICO | 77 |
| TAMAYO DEL PROYECTO | 77 |
| LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 77 |
| Macro localización | 77 |
| Factores Localizacionales | 78 |
| Entorno Geográfico | 79 |
| Límites | 79 |
| Superficie y Extensión Territorial | 79 |
| Estructura Política-Administrativa. | 79 |
| Clima | 79 |
| Cantón Antonio Ante | 80 |
| MICROLOCALIZACION | 81 |
| Costos de insumos y Materia prima | 82 |
| INGENIERÍA DEL PROYECTO | 84 |
| Proceso de Producción: | 84 |
| Recepción de la miel de abeja | 84 |

| | |
|---|-----|
| Tanque de llenado | 84 |
| Lavado y secado de botellas | 84 |
| Llenado y Tapado | 84 |
| Etiquetado y envío al almacén | 85 |
| Flujograma de Procesos | 85 |
| Maquinaria y Equipo | 88 |
| Material de protección personal | 88 |
| Material de manejo | 92 |
| Material de extracción y procesado de la miel | 95 |
| Otro utillaje y herramientas | 99 |
| Obras Civiles | 102 |
| PRESUPUESTO TÉCNICO | 103 |
| Presupuesto de inversión | 103 |
| Inversión Fija | 103 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 106 |
| Inversión Variable | 108 |
| INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO | 108 |
| Financiamiento | 108 |
| Determinación de la mano de obra | 109 |
| CAPÍTULO V | 110 |
| ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO | 110 |
| INTRODUCCIÓN | 110 |
| PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS | 110 |
| Presupuesto de Ingresos por ventas | 110 |
| Presupuesto de Egresos | 111 |
| Materia Prima directa | 111 |
| Mano de obra Directa. | 112 |
| Costos indirectos de Fabricación.- | 113 |
| Proyección de Costos de Producción | 114 |
| Costos de distribución | 115 |
| Gastos | 115 |
| GASTO FINANCIERO | 119 |
| ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS | 122 |
| Estado de situación inicial | 122 |
| Estado de Resultados con financiamiento | 123 |
| Estado de Flujo de Caja Proyectado | 124 |
| EVALUACIÓN FINANCIERA | 125 |
| Determinación del Costo de Capital | 126 |
| VALOR ACTUAL NETO (VAN) | 126 |
| TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | 128 |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN | 129 |
| COSTO/ BENEFICIO | 129 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 130 |
| CAPITULO V | 133 |

| | |
|---|------------|
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE | 133 |
| LA MICROEMPRESA | 133 |
| DISEÑO DE LA PROPUESTA | 133 |
| MISIÓN Y VISIÓN | 133 |
| Misión | 133 |
| Visión | 134 |
| OBJETIVOS | 134 |
| BASE LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA | 135 |
| Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa | 135 |
| ASPECTOS LEGALES | 136 |
| ASPECTOS TRIBUTARIOS | 138 |
| Principales obligaciones impositivas. | 138 |
| IMPUESTOS ORDINARIOS | 138 |
| IMPUESTOS EXTRAORDINARIOS | 138 |
| ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA | 138 |
| Organigrama estructural | 138 |
| EN LA COMUNICACIÓN: | 135 |
| EN EL ANÁLISIS: | 136 |
| FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES | 136 |
| La Gerencia | 136 |
| La administración | 136 |
| Contabilidad | 137 |
| Recepción y ventas | 137 |
| Seguridad Industrial | 142 |
| Guardianía | 143 |
| La dirección | 144 |
| El control | 144 |
| FORMACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO | 144 |
| RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS | 145 |
| MEJORA CONTINUA | 145 |
| MANEJO FINANCIERO | 146 |
| SEGUIMIENTO Y CONTROL | 148 |
| CAPITULO VI | 150 |
| IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO | 150 |
| IMPACTO SOCIOECONÓMICO | 150 |
| IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL | 151 |
| IMPACTO EMPRESARIAL | 151 |
| IMPACTO ÉTICO | 151 |
| IMPACTO AMBIENTAL | 152 |
| Sobre el agua | 152 |
| OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS | 152 |
| NIVELES DE IMPACTO 1 | 153 |
| NIVELES DE IMPACTO 2 | 153 |
| IMPACTO EMPRESARIAL | 155 |

| | |
|-------------------------------------|------------|
| IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL | 156 |
| IMPACTO ÉTICO | 157 |
| IMPACTO AMBIENTAL | 158 |
| MATRIZ GENERAL | 159 |
| CONCLUSIONES | 161 |
| RECOMENDACIONES | 162 |
| BIBLIOGRAFIA | 163 |
| ANEXOS | 168 |

INDICE DE CUADROS

| INDICE DE CUADROS | | |
|-------------------|--|--------|
| cuadro | contenido | Página |
| Cuadro 1 | Muestra de Consumidores Proyecto | 53 |
| Cuadro 2 | Matriz diagnóstica del Estudio de Mercado | 55 |
| Cuadro 3 | ¿Consume miel de abeja en su hogar? | 56 |
| Cuadro 4 | ¿De las marcas de miel de abeja cuál es de su preferencia? | 57 |
| Cuadro 5 | ¿Cómo le gustaría que sea su presentación? | 58 |
| Cuadro 6 | ¿Cuántos envases consume al mes? | 59 |
| Cuadro 7 | ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por envases de un litro? | 60 |
| Cuadro 8 | ¿Dónde acude usted a comprar miel de abeja? | 61 |
| Cuadro 9 | ¿Le gustaría que exista en nuestra provincia, en la parroquia de Andrade Marín una microempresa que comercialice miel de abeja de calidad? | 62 |
| Cuadro 10 | Establecimientos que producen miel de abeja en la provincia de Imbabura | 69 |
| Cuadro 11 | Oferta Histórica | 69 |
| Cuadro 12 | Proyección de la Oferta | 70 |
| Cuadro 13 | Proyección de la Demanda con Precios | 70 |
| Cuadro 14 | DEMANDA POTENCIAL DE CONSUMIDORES DEL CANTON ANTONIO ANTE | 72 |
| Cuadro 15 | DEMANDA EN CONSUMIDORES Y LITROS | 72 |
| Cuadro 16 | PROYECCIÓN DE MIEL DE ABEJA EN LITROS Y VALORES | 72 |
| Cuadro 17 | DEMANDA POTENCIAL QUE CAPTARA EL PROYECTO | 73 |
| Cuadro 18 | PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL | 73 |
| Cuadro 19 | PROYECCIÓN DE PRECIOS | 74 |
| Cuadro 20 | Población | 79 |
| Cuadro 21 | Cantones | 80 |
| Cuadro 22 | Distribución de la Población | 81 |
| Cuadro 23 | Terreno | 103 |
| Cuadro 24 | Construcciones | 104 |
| Cuadro 25 | Muebles y enceres | 104 |
| Cuadro 26 | Equipo de Oficina | 104 |
| Cuadro 27 | Equipos informático | 104 |
| Cuadro 28 | Equipos de Seguridad | 105 |
| Cuadro 29 | Bienes de Producción | 105 |
| Cuadro 30 | Mano de Obra Directa | 106 |
| Cuadro 31 | Materia Prima Directa | 107 |
| Cuadro 32 | Combustibles | 107 |

| | | |
|------------------|--|------------|
| Cuadro 33 | Materiales de Producción | 107 |
| Cuadro 34 | Resumen de Inversiones | 108 |
| Cuadro 35 | Financiamiento | 108 |
| Cuadro 36 | Determinación de la Mano de Obra | 109 |
| Cuadro 37 | Presupuesto de Ingresos | 110 |
| Cuadro 38 | Total de Ventas | 111 |
| Cuadro 39 | Materia Prima | 112 |
| Cuadro 40 | Proyección de la Materia Prima | 112 |
| Cuadro 41 | Mano De Obra Directa | 112 |
| Cuadro 42 | Proyección de la Mano de Obra | 106 |
| Cuadro 43 | Materiales de Producción | 113 |
| Cuadro 44 | Combustibles | 113 |
| Cuadro 45 | Proyección de Costos Indirectos de Producción | 114 |
| Cuadro 46 | Proyección de Costos de Producción | 114 |
| Cuadro 47 | Proyección de Miel de Abeja por Litro | 114 |
| Cuadro 48 | Proyección de Costos de Producción por Litros | 115 |
| Cuadro 49 | Sueldos Administrativos | 115 |
| Cuadro 50 | Proyección de Sueldos Administrativos | 115 |
| Cuadro 51 | Gastos de Limpieza | 116 |
| Cuadro 52 | Suministros y Materiales | 116 |
| Cuadro 53 | Servicios Básicos | 116 |
| Cuadro 54 | Gastos de Constitución | 117 |
| Cuadro 55 | Resumen de Gastos Administrativos | 117 |
| Cuadro 56 | Proyección de Gastos Administrativos | 117 |
| Cuadro 57 | Sueldo Ventas | 118 |
| Cuadro 58 | Proyección de Sueldos Ventas | 118 |
| Cuadro 59 | Gastos de Publicidad | 118 |
| Cuadro 60 | Proyección de Gastos de Ventas | 118 |
| Cuadro 61 | Resumen de Gastos de Depreciación | 119 |
| Cuadro 62 | Requisitos para tramitar un crédito en el BNF | 119 |
| Cuadro 63 | Gastos Financieros | 120 |
| Cuadro 64 | Resumen de Gastos Financieros | 122 |
| Cuadro 65 | Balance Situación inicial Proforma | 122 |
| Cuadro 66 | Estado De Resultados Proyectado | 123 |
| Cuadro 67 | Flujo de Caja | 125 |
| Cuadro 68 | Principales características de las PYME | 135 |
| Cuadro 69 | Niveles de Impacto | 153 |
| Cuadro 70 | NIVELES DE IMPACTO | 153 |
| Cuadro 71 | IMPACTO EMPRESARIAL | 154 |
| Cuadro 72 | IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL | 156 |
| Cuadro 73 | IMPACTO ÉTICO | 157 |
| Cuadro 74 | IMPACTO AMBIENTAL | 158 |
| Cuadro 75 | MATRIZ GENERAL | 159 |

ÍNDICE DE TABLAS

| ÍNDICE TABLAS | TABLA NRO | PAGINA |
|---|-----------|--------|
| Aliados Oponentes y riesgos | 1 | 30 |
| Principales Características de las PYMES | 2 | 33 |
| Tabla de Impuesto a la Renta Persona Natural 2011 | 3 | 124 |
| Costo Del Capital | 5 | 126 |
| Cálculo Del VAN | 6 | 127 |
| Cálculo De La TIR | 7 | 128 |
| Recuperación de la Inversión | 8 | 129 |
| Flujos Netos Actualizados | 9 | 129 |
| Presupuesto Egresos | 10 | 131 |
| Punto De Equilibrio Por Producto | 11 | 131 |
| Tabla del Cálculo del Punto de Equilibrio | 12 | 132 |
| Tabla del Punto de Equilibrio | 13 | 132 |

INDICE DE FIGURAS

| ÍNDICE FIGURAS | NUMERO | PAGINA |
|-----------------------------------|--------|--------|
| Mapa del ecuador | 1 | 78 |
| Mapa de Imbabura | 2 | 78 |
| Mapa Político de Imbabura | 3 | 81 |
| Croquis del Mapa de Andrade Marín | 4 | 82 |
| Diagrama Preparación de la Miel | 5 | 86 |
| Flujograma Preparación Miel | 6 | 87 |
| Mono | 7 | 89 |
| Guantes | 8 | 90 |
| Ahumador | 9 | 91 |
| Raqueta o espátula | 10 | 92 |
| Levanta Cuadros | 11 | 93 |
| Cepillo | 12 | 93 |
| Espuela | 13 | 94 |
| Transformador para encerar | 14 | 94 |
| Enjambreira | 15 | 95 |
| Cuchillo desopercular | 16 | 96 |
| Banco de desopercular | 17 | 96 |
| Peine de acero | 18 | 97 |
| Extractores | 19 | 98 |
| Descantadores/maduradores | 20 | 98 |
| Bidones de Almacenaje | 21 | 99 |
| Soplete | 22 | 100 |
| Caldera de vapor | 23 | 100 |
| Secador de polen | 24 | 101 |
| Bomba de Paleta | 25 | 102 |
| Distribución de Planta | 26 | 103 |
| Etiqueta | 27 | 137 |
| Organigrama Estructural | 28 | 139 |

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

En la Provincia de Imbabura ubicada al norte del nuestro país, encontramos a uno de los seis cantones, Antonio Ante, que no solo es conocido internacionalmente por su industria textil, sino que en los últimos años ha sido el pilar fundamental de su economía y progreso, también la agricultura y ganadería, este Cantón ha tenido un desarrollo sustancial por sus tierras fértiles y por su clima semitemplado.

En la actualidad es importante destacar las ventajas que proporciona la miel de abeja, los efectos curativos, los deliciosos dulces y derivados provenientes de este producto,

El presente Proyecto contiene un estudio de factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción envasado y comercialización de miel de abeja en el Cantón Antonio Ante, parroquia Andrade Marín, sector Santa Berta, con el objetivo de obtener mejores ingresos debido a los bajos precios y mala calidad de la miel, ya que actualmente se vende a granel sin ningún tratamiento. Este sector es propicio para desarrollo de este proyecto está alejado del sector urbano y la naturaleza es eminente debido a la cercanía del bosque, permitiendo que los panales de abeja se desarrollen y además existe un clima semitropical.

En el Ecuador la producción de miel de abeja mayormente es una actividad familiar, por cuanto son pocas las organizaciones o empresas que la producen, por lo que no se cuenta con registros de la producción total en el país. Sin embargo, vale destacar lo que señala el diario El Comercio, 06 de enero de 2007.

Aunque no tiene datos exactos, Beltrán el autor de a nota de la prensa, explica que el fenómeno se debe a la aparición de centros naturistas, “la miel de abeja se usa como medicina y como alimento”. Se estima que solo el 25 por ciento de los consumidores utilizan el producto como alimento. Dentro de los productos que se consumen en el polen, el propóleo, la jalea.

Luis Grijalva, presidente de los Apicultores de Cotacachi expresa que la producción se desarrolla en el sector rural y el ultimo año aumentó la producción de 2.000 a 3.000 kilos es su asociación que cubre 43 comunidades, gracias al apoyo de inversionistas, factor importante en el desarrollo agrícola del sector rural.

La investigación y estudio ha realizarse para comercialización de miel de abeja en la parroquia Andrade Marín, servirá como aporte para fomentar y desarrollar la comercialización, utilizando la mano de obra de los miembros de la parroquia a emplearse en el desarrollo de diferentes actividades.

Es decir, el proyecto sea comunitario, o sea de carácter corporativo que beneficie a todos los pobladores, lo que indudablemente repercutirá en el mejoramiento de las condiciones económicas y generaciones de ingresos para el sustento de cada hogar.

La comercialización de miel de abeja es de vital importancia, para promover las diferentes actividades comerciales, mediante el empleo adecuado y eficiente de los recursos disponibles. Además, es un proyecto de interés local y nacional, el mismo que está basado en la aplicación de nuevas alternativas, como también estrategias para aumentar la comercialización de la miel de abeja, a medida que se vaya ejecutando el proyecto, se beneficiará de forma directa a los propios productores ya sea por la presentación de la mano de obra o la venta de productos y los

derivados correspondientes, mientras que los beneficiarios indirectos están los consumidores finales.

JUSTIFICACIÓN

Más allá del interés económico y ecológico que puedan tener la abeja de la miel y la apicultura, debido a sus servicios en la polinización de cultivos y especies silvestres entomófilas, es la miel de abeja el producto que debería tener mayor difusión entre los consumidores y población en general. La miel es considerada de forma tradicional como un alimento sano y natural, y como tal, no puede defraudar las expectativas de la población, pues científicamente está comprobado que cura y previene muchas enfermedades embellecen el cutis y le rejuvenece debido a la gran cantidad de hormonas, vitaminas, minerales que producen.

En la Provincia de Imbabura no existen muchas microempresas dedicadas a la producción y comercialización de abeja, lastimosamente existen pocos productores artesanales que comercializan miel a granel de mala calidad y presentación que nadie garantiza que en realidad sean puras, si existen empresas que venden miel de abeja de buena calidad, obviamente vienen de otras provincias a un precio muy elevado debido a los costos de operación como de traslado y transporte.

Existe el sitio más apropiado para producir miel de abeja de buena calidad, garantizada y a precios justos, pues los bosques de eucalipto con los que cuenta el proyecto son ideales para la realización de esta Microempresa. Los expertos de producción de miel manifiestan que la miel producida en estos bosques es de altísima calidad.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Industrializadora y Comercializadora de Productos Derivados de Miel de Abeja en el Cantón Antonio Ante”.

Objetivos Específicos

- 1 Conocer aspectos fundamentales geográficos como su ubicación superficie, habitantes, cultura mediante un diagnóstico situacional.
- 2 Fijar las bases teóricas y científicas que sustenten el proyecto en Estudio.
- 3 Realizar un estudio de mercado, para determinar la oferta y demanda del producto.
- 4 Efectuar el Estudio Técnico e ingeniería del proyecto.
- 5 Realizar el estudio y evaluación financiera para determinar la factibilidad del Proyecto.
- 6 Realizar el estudio organizacional estructural.
- 7 Identificar los impactos que se deriven del Proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

En la provincia de Imbabura tenemos al cantón Antonio Ante, el cual se ha transformado en estos últimos 15 años, tomando una forma comercial, ya que en su entorno todas las calles y avenidas están pobladas por diferentes negocios, actividades de comercio especialmente en el mercado textil.

Con el esfuerzo de todos los moradores, al mando de don Julio Miguel Aguinaga, se inicia una titánica labor y este pueblo agrícola por excelencia se convierte en el centro industrial más grande de la provincia, gracias a “La Industria Algodonera” que contribuyó en forma decisiva al desarrollo socio económico de este pueblo. Dos hechos grandiosos son los que contribuyeron para el éxito de la cantonización; la instalación de LA FÁBRICA TEXTIL y la llegada del ferrocarril, lo que dio una verdadera transformación al sector urbano del futuro cantón, (Atuntaqui y Andrade Marín) mediante mingas que se realizaban en todos los barrios; el 12 de febrero de 1983 el General Alberto Enríquez Gallo, haciendo justicia, rubricó es decreto de cantonización, en su calidad de jefe Supremo de la República, posicionándose el primer Consejo Cantonal el 2 de marzo de 1983.

1.1.1 Situación Geográfica

Desde Quito, utilizando la panamericana norte, Atuntaqui está a una distancia de 105 Km. Que lo recorre en dos horas, por una vía asfaltada

de excelentes condiciones. En el trayecto se pueden visitar Cayambe, Otavalo y Cotacachi.

Desde Tulcán, se dirige hacia el sur, recorriendo 135 Km. en dos horas y treinta minutos aproximadamente por la carretera panamericana llega a Atuntaqui la ciudad cabecera del cantón.

Se puede llegar en transporte público, en buses nuevos y cómodos que cubren la ruta Quito, Ibarra, Tulcán y viceversa, existiendo frecuencias regulares todos los días, en todos los horarios.

En cuanto a distribución étnica, la mayoría la constituyen los mestizos (75%), seguidos por los indígenas (18%) y con una escasa población negra (5%) y la población blanca (2%).

La producción de textiles se ha convertido en la principal actividad económica del Cantón Antonio Ante de la provincia Imbabura. Actualmente en dicha actividad existen registradas 300 empresas entre pequeñas, medianas y grandes.

La importancia de la producción textil en esta región del país radica, en que a más de generar fuentes de empleo para la población local y de los cantones aledaños, se constituyen una actividad que indirectamente contribuye al desarrollo y crecimiento de otras actividades económicas, como por ejemplo el turismo y el comercio.

El importante crecimiento de la producción textil, ha determinado que a nivel provincial, el Cantón Antonio Ante sea el que registre la menor tasa de desempleo (3%), pues esta actividad crea alrededor de 5000 puestos de trabajo directos y 1000 indirectos.

A pesar de los importantes logros alcanzados, el sector textil adolece también de serios limitantes u obstáculos que impiden su mayor crecimiento y desarrollo, como es la falta de acceso al crédito, ya que el

apoyo que brinda a este sector el Gobierno a través del Banco Nacional de Fomento, ha sido insuficiente, tanto por los montos reducidos que entrega, como por los plazos y excesivos requisitos solicitados, aspecto que dificulta que los pequeños productores puedan acceder en forma rápida y oportuna al financiamiento, para el desarrollo de sus actividades productivas.

Los anteños aún recuerdan el Atuntaqui de hace diez años. Un lugar en donde el silencio era interrumpido por el sonido de las máquinas textiles que ocupaban parte importante de los hogares y los visitantes llegaban hasta los pocos almacenes que existían, pues la mayoría de productores prefería viajar con su mercadería hasta Quito, Ambato, Guayaquil, Tulcán y la Costa para vender sus prendas.

En el 2001, la idea de hacer una feria que se convierta en la vitrina de los productos 'made in Atuntaqui' surgió de un grupo de empresarios con el apoyo de Gobierno Municipal.

La expectativa de la primera feria era recibir a 5 mil turistas, pero la sorpresa fue grande cuando más de 15 mil ecuatorianos llegaron hasta las instalaciones del Instituto Superior Alberto Enríquez (recinto ferial).

Hasta el año 2005 el evento tenía lugar en el Instituto Técnico Superior Alberto Enríquez, pero debido al crecimiento acelerado y el repunte de almacenes en un perímetro de pocas cuadras, la Expoferia del año 2006 se efectuó en la ciudad. Con lo que Atuntaqui por cinco días se convirtió en un auténtico centro comercial.

Alternativa innovadora que conjugó las potencialidades de la ciudad y del Cantón con la afluencia de miles de turistas (más de cien mil), en donde todos sus habitantes fueron beneficiados y también se sintieron partícipes y orgullosos del desarrollo del Cantón.

Parte importante de la cultura de Antonio Ante es la gastronomía: la exquisita y tradicional “fritada de Atuntaqui”, los sabrosos y crujientes “cuyes de Chaltura” platos que acompañados de mote, tostado, choclo, papas, deleitan los paladares más exigentes y dan a conocer a su vez el potencial agropecuario del cantón, como es la producción del maíz y sus heterogéneos productos resultado de una cosecha en un estado diferente. No en vano, González Suárez aseveró la traducción de la palabra “Atuntaqui” como “Granero Grande

Iniciativa enmarcada en el proyecto “Marca Ciudad” en donde se integran todos los ámbitos y actividades del Cantón, además de los atractivos de ésta: gastronómico, cultural, agropecuario, artesanal y por supuesto su industria textil, además de la ventaja por la ubicación geográfica, sus paisajes, etc.

1.1.2 Información General

| | |
|--------------------|---|
| País: | Ecuador |
| Provincia: | Imbabura |
| Cantón: | Antonio Ante |
| Cabecera Cantonal: | Atuntaqui |
| Ubicación: | Noreste de Imbabura |
| Límites: | Norte: Ibarra |
| | Sur: Otavalo |
| | Este: Cerro Imbabura |
| | Oeste: Cotacachi y Urcuquí |
| Parroquias: | Urbanas: Atuntaqui y Andrade Marín |
| | Rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya. |
| Idioma: | Español y kichwa |
| Grupos Étnicos: | Mestizo e Indígena |
| Moneda: | Dólar Americano |

1.1.3 Turismo y Economía en Atuntaqui.

Ubicado en el centro de Imbabura y rodeado de un hermoso paisaje interandino, Antonio Ante es un cantón próspero habitado por gente dinámica, heredera de una tradición textil iniciada hace casi un siglo en la “Ex Fabrica Textil Imbabura” y que ha evolucionado la producción con tecnología de punta y criterios empresariales modernos, convirtiéndose en la alternativa industrial, textil de la moda ecuatoriana.

En su visita a Atuntaqui, existe la oportunidad de admirar y comprar a precios de fábrica una variedad de prendas de vestir con calidad y novedosos diseños, en más de 150 almacenes que le atienden los 365 días del año y exhiben lo último de la moda.

En la zona urbana y rural usted puede degustar la tradicional gastronomía antena reconocida en todo el país por sus exquisitas fritadas, cuyes y el maíz en sus diferente variedades y formas de preparación, a lo que complementa los deliciosos helados acompañado de las dulces golosinas típicas: mojicones, suspiros, rosquetes y panuchas.

La riqueza cultural de Antonio Ante ha dejado como legado una serie de manifestaciones vivas como las fiestas del Inty Raymi, la Semana Santa, el 2 de Noviembre y las celebraciones de inocentes el fin de año declarada Patrimonio Cultural del Ecuador, entre otras. Los vestigios arqueológicos con el complejo de todas existencias de entre las que destacan; Orozcotola, Pupotóla y Pailatola, esta última declarada también Patrimonio Cultural del Ecuador.

1.1.4 Clima

El clima es saludable, su temperatura anual promedio de 18º C., es seco y templado está influenciado por fuertes vientos especialmente en los

meses de junio - septiembre, la época de lluvia es distribuida en septiembre, enero, abril y mayo; hay presencia de heladas en los meses de agosto, septiembre y diciembre.

1.1.5 Andrade Marín

Parroquia Urbana ubicada hacia el este de Atuntaqui; de singular importancia por su valor histórico ya que aquí se ubica la “Ex Fabrica Textil Imbabura” 1992 (Único patrimonio Cultural Industrial del Ecuador 2001) factoría que fue la base para el nacimiento a la vida político administrativa de Antonio Ante en 1938 y del nacimiento de tradiciones importantes.

Tiene una riqueza cultural muy importante ya que en este sector se asientan gran parte del complejo de TOLAS del cantón y la provincia, de entre las que destacan OROZCOTOLA Y PUPOTOLA, sepulcro del rey Cacha y su hija Pacha respectivamente, además en su cultura religiosa ya que aquí se construyó es gran santuario de la virgen de Lourdes en honor y devoción a esta santa, de la cual los fieles de la parroquia poseen una leyenda muy importante.

Como principales hallazgos del diagnóstico que todos coinciden que es altamente medicinal, el consumo de miel de abeja es altamente beneficioso para nuestro cuerpo y salud, ya que se ha comprobado que la miel es una gran fuente de energía, estimula la formación de glóbulos rojos porque posee ácido fólico, ayudando también a incrementar la producción de anticuerpos

Es antiséptico, antibiótico, preservador y endulzante natural. Si consumimos regularmente miel de abeja estaremos enriqueciendo nuestra alimentación, ya que esto tendrá un efecto emoliente por que ayudará a la digestión, vivificará y fortificará el pecho, los nervios y los pulmones.

Existen muy pocas empresas de miel de abeja, no existe mano de obra calificada, y la poca que existe es empírica. Los gobiernos seccionales poco apoyo han dado a este importante sector y la miel de abeja prácticamente, viene de otras provincias.

1.2. Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

Tabla Nro. 1 Aliados oportunidades y riesgos

| Tabla Nro. 1 ALIADOS | OPONENTES |
|--|---|
| 1.- Cámara de la Pequeña Industria 2.- Proliferación de Centros naturistas. | 1.- Productos sustitutivos. 2.- Aumento de la materia prima debido a nuevos impuestos. |
| OPORTUNIDADES | RIESGOS |
| 1.- En el sector no existe competencia. 2.- Condiciones forestales y ambientales. | 1.- Poca mano de obra calificada en apicultura. 2.- Desconocimiento de las propiedades y cualidades de la miel de abeja. |

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. BASE TEÓRICA

Los proyectos pretenden dar una idea amplia de la demanda de bienes o servicios de los distintos sectores y busca establecer marcas de orientación a las inversiones.

Un proyecto de factibilidad considera una serie de acciones que van desde las definiciones iniciales de objetivos hasta la definición de las políticas de mercado, ingeniería, economía- finanzas y ambientales que se deberá aplicar en el futuro.

Los estudios de investigación no solo son un instrumento para la adaptación de decisiones de inversión y para la ejecución de proyectos, sino también sirve para identificar, seleccionar inversiones, aspectos sociales y económicos de un sector.

2.2. BASE CONCEPTUAL

2.2.1. Los proyectos de factibilidad y su relación económica-social.

Los proyectos de factibilidad, son estudios de proyecciones de todas las planeaciones, global, regional, o local, constituye una herramienta de la planificación estratégica porque permite tener directrices jerárquicas interactivas de dirección en situaciones físicas, económicas, sociales y ambientales.

2.2.2. Componentes de estudio de factibilidad. Los componentes para el proyecto de factibilidad son interactivo y planeación.

2.2.4. Estudio de mercado. Es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de precios del proyecto. Muchos costos de operación

pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. El mismo análisis puede realizarse para explicar la política de distribución del producto final. La cantidad de los canales que se selecciona afectarán el calendario de desembolso del proyecto.

2.3.- LA EMPRESA

2.3.1. Definición de Pequeñas y Medianas Empresas

En el Ecuador no existe una Ley que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en estas circunstancias no existe unanimidad en la definición de micro empresas; se toma en consideración lo considerado en el Proyecto de Ley para las PYMES, consensuado con los actores públicos y privados, que también lo recoge el Proyecto de Estatuto para las Microempresas y medianas empresas preparado por la Comunidad Andina de Naciones, y se sintetiza en lo siguiente:

Tabla 2 Principales Características de las PYMES

| <u>PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES EN ECUADOR</u> <u>AL 2009.</u> | | | |
|---|--------------------------------|---|-------------------------------------|
| <i>Tipo</i> | <i>Número Empleados</i> | <i>Valor bruto de ventas anuales</i> | <i>Valor activos totales</i> |
| <i>Micro</i> | 1 – 9 | 100.000 | Menor a 100 |
| <i>Pequeñas</i> | Hasta 49 | Hasta 1'000,000 | De 1000,001 hasta 750,000 |
| <i>Medianas</i> | 50 – 199 | De 1'00,001 a 5'000,000 | De 750,001 a 4'000,000 |
| <i>Grandes</i> | Mayor a 200 | Mayor a 5'000,000 | Mayor a 4'000,000 |

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaboración: La Autora

Se ha tomado el término MIPYMES debido a que se analizará tres tipos de empresas del sector micro empresarial, las mismas que el INEC las ha clasificado, de la siguiente manera: MICRO empresas como tales, que son las empresas más pequeñas, emplean entre uno y diez trabajadores.

Las PEQUEÑAS empresas que tienen una dimensión un poco mayor que las micro, estas ocupan entre 11 y 50 trabajadores.

2.3.2. Aspectos Generales

En la organización jurídica de la pequeña y mediana industria prevalecen las compañías limitadas, tienen un peso muy significativo aquellas que operan como personas naturales. Puede afirmarse entonces que en la conformación del capital de la pequeña industria se mantiene todavía una estructura cerrada o de tipo familiar. De todos modos es importante señalar que las microempresas han obtenido el Registro Único de Contribuyentes (RUC), lo que evidencia el grado de formalidad o de cumplimiento de obligaciones para con el Estado y la Sociedad.

En lo referente a empleo, los sectores de alimentos, textil y confecciones, maquinaria y equipo y productos químicos generan plazas de trabajo de la PYMI. De otra parte, se ha podido determinar que el promedio de empleo es de 19 personas por empresa y que las mujeres representan el 33% del total de ocupados..

Para las empresas el mercado es básicamente local (su ciudad) mientras que para otra parte sería de alcance regional (ciudad, provincia de origen y provincias circunvecinas). Por su parte, se ha extendido su radio de acción a las provincias limítrofes y solamente el 6% estaría sosteniendo un flujo exportable.

Entre las razones de mayor incidencia por las que la PYMI no exporta o tiene dificultades para hacerlo están: la capacidad insuficiente para atender grandes volúmenes; desconocimiento de los requisitos nacionales e internacionales; precios no competitivos; limitaciones en la calidad; trabas arancelarias y no arancelarias que imponen otros países

2.4 Microempresa

La microempresa, es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos y satisfacer las necesidades personales, familiares.

2.5 COMERCIALIZACIÓN

2.5.1 Mercadotecnia. Técnica de sistematización de las actividades de los negocios y del comercio en general, cuyo punto de partida en los objetivos y en la creatividad de una empresa, dirigida hacia las personas para satisfacer las necesidades, los deseos o preferencias de la clientela actual o en potencia.

2.5.2 Marketing.

Es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen y necesitan creando, ofreciendo e intercambiando satisfactores con valor para ellos.

2.5.3 Marketing operativo.

El marketing operativo se refiere a las actividades de organización de estrategias de venta y de comunicación para dar a conocer a los posibles compradores las características particulares de los productos ofrecidos.

El marketing operativo gestiona las decisiones y puesta en práctica del programa de marketing Mix y se concreta en decisiones relativas al producto, precio, distribución y comunicación; detalla la forma en que las estrategias de marketing se convertirán en programa de acción.

2.5.4 Marketing mix.

El Marketing es el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto”. Estas herramientas son conocidas también como las Cuatro P.

2.5.5 Plan de marketing.

Según Kerin, Hartley y Rudelius (2006) manifiesta que “Un plan de marketing es como un mapa de actividades de Marketing de una organización en un periodo futuro especificado”.

Plan de Marketing es la herramienta que utiliza el departamento de marketing para integrar sus estrategias con sus actividades y su presupuesto, está compuesto por la política de producto, precio, distribución, promoción, publicidad y relaciones públicas.

2.5.6 Publicidad.

Se define a cualquier forma de comunicación no personal pagada en la cual se identifica al patrocinador o compañía, se trata de una forma popular de promoción en especial en el caso de productos empacados y servicios de consumo.

2.5.7 Estrategia.

Según Kerin, Hartley y Rudelius (2006) manifiesta que “Es el curso de acción a largo plazo de una organización diseñada para lograr una experiencia del cliente única y al mismo tiempo alcanzar sus metas”.

2.5.8 Matriz de Michael Porter.

Es el marco de las cinco fuerzas de Michael Porter, reconoce cinco categorías de competidores y sus fuerzas competitivas correspondientes.

El concepto central se sustenta en categoría de competidores y fuerzas competitivas.

2.5.9 Principios de estrategia competitiva.

Para ingresar o defenderse contra los competidores productos internos o externos y obtener un dominio general o competidor. Su enfoque debe convertirse en un competidor potencial y ser el sector con estrategias y actitudes de marketing diferidos para una gran participación en el mercado.

2.5.10 Estrategia de diversificación.

Para una empresa la formulación de estrategias de diferenciación es el direccionamiento de hacer movimientos para colocar a esta en una posición dentro de las empresas elegidas para la diversificación y mejorarla en rendimiento a largo plazo y beneficios estratégicos.

2.5.11 Estrategia de cambio de posición.

En cuanto a la gerencia corporativa se centrara en hechos de que los negocios tienen que ingresar a otros mercados o nichos, esperan rendimientos a corto o largo plazo mejor que la posición actual que tiene la empresa. Las estrategias de cambio esperan mejores posiciones económicas para los negocios que están perdiendo rentabilidad.

2.5.12 Estrategia de diferenciación.

Es aquella en donde el producto de la empresa será diferenciado de acuerdo a las necesidades y preferencias de los clientes.

2.6 MIEL DE ABEJA

2.6.1 Producto.

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

2.6.2 Oferta.

Es la cantidad de bien o servicio que cierto número de ofertantes están dispuestos a poner a disposición al mercado a un precio determinado.

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que de un cierto número de ofertantes esta dispuestos a poner a su disposición del mercado libre. Está determinado por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecer al consumidor, también se caracteriza generalmente porque ningún productor domina el mercado.

2.6.3 Demanda

Es el deseo por un producto o servicio que puede dar lugar a una compra.

2.6.4 Precio.

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

2.6.5 Promoción.-

Consiste en ofrecer un bien o servicio adicional a las condiciones normales de venta por un periodo limitado técnica cuyo uso tiene un crecimiento mayor que al de la publicidad.

2.6.6 Publicidad.

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

Método técnico que sirve para dar a conocer algo (Patrocinador) ya sea un concepto, una idea, una proposición de compra o simplemente una recordación a través de medios de comunicación (directos o masivos) en un periodo determinado y que persigue un fin comercial. El objetivo de la publicidad es vender algo ya sea un producto, un servicio o una idea.

2.7 MERCADO

2.7.1 El cliente.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Tipos de clientes. Para tener un panorama más claro, se puede diferenciar a los clientes de acuerdo con la forma en que intervienen en el proceso de compra. Se pueden diferenciar 5 categorías de clientes:

2.7.1.1 Tipos de clientes.

a) Cliente iniciadores.

Son los que motivan o proponen la compra, la impulsan.

b) Clientes influenciadores.

Son los que interfieren a favor o en contra en la decisión de compra.

c) Clientes decisores.

Es la persona que finalmente toma una decisión de compra o una parte de ésta, esto es, si comprar o no, qué, cómo comprar o donde comprar.

d) Compradores.

Son los que concretan y realizan la transacción comercial propiamente dicha.

2.7.2 Capacidad de compra.

Según Kerin, Hartley y Rudelius (2006) manifiesta que “La capacidad de compra de los consumidores está relacionada con los ingresos, los cuales tienen un componente bruto, siendo disponible y discrecional”.

2.7.3 Calidad.

Grado de preferencia o de eficiencia en que un producto satisface los requerimientos de aptitud establecidos para determinado uso o consumo, y que se halla en estrecha relación con las condiciones técnicas y necesidades que se debe satisfacer.

2.8. Estudio técnico.

En esta fase del proyecto se analizan los factores para la adecuada localización de la empresa, todas sus áreas, para su implementación. Y determinará el tamaño óptimo que requiere la empresa, en esa parte se analiza la macro y micro localización que deberá tener la organización, que serán los indicadores de la viabilidad técnica del proyecto.

2.8.1 Tamaño del proyecto.

El tamaño de un proyecto es la etapa donde se analiza la capacidad instalada y operativa que tendrá la empresa en sus años de funcionamiento, para considerar el tamaño del proyecto se examinará los siguientes indicadores:

- a) En relación al mercado
- b) En relación al financiamiento
- c) En función al abastecimiento de materias primas e insumos existentes en el medio.
- d) Considerando el tipo de organización.

2.9 Estudio Financiero

2.9.1 Presupuesto. Según la pagina web www.wikipedia.org/wiki/Presupuesto (2010) expresa que “Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina) durante un período, por lo general en forma anual”.

El presupuesto puede considerarse una parte importante del clásico ciclo administrativo de planear, actuar y controlar o, más específicamente, como parte de un sistema total de administración.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Un presupuesto puede definirse como la presentación ordenada de los resultados previstos de un plan, un proyecto o una estrategia.

Que incluye:

- Formulación y puesta en práctica de estrategias.
- Sistemas de Planeación.
- Sistemas Presupuestales.
- Organización.
- Sistemas de Producción y Mercadotecnia.
- Sistemas de Información y Control.

2.9.2 Evaluación financiera.

La evaluación económica examina en término de bienestar, desde el punto de vista de la noción como un todo y hasta que punto los beneficios económicos generados por el proyecto son superior a los costos incurridos.

Se utiliza en los proyectos, se realiza sobre la estimación del flujo de los costos y beneficios, la existencia de algunas diferencias en ciertas posiciones conceptuales en cuanto a que la rentabilidad del proyecto puede ser distinta de la rentabilidad para el inversionista, por la incidencia del financiamiento, hace que más adelante se dedique un análisis especial.

2.9.3 Estructura financiera.

Según Ortega (2008) expresa que el estudio y Evaluación financiera de un proyecto es la parte fundamental de estudio de factibilidad y depende del criterio adoptado de acuerdo con los objetivos, no siendo esto necesariamente la obtención del mayor rendimiento sobre la inversión.

2.9.4 Gastos financieros.

Llamados también cargos financieros. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

2.9.5 Valor presente neto. (VAN)

Este método consiste en traer todos los flujos positivos o negativos de efectivos a valores presentes, a una tasa de interés dada (la mínima tasa a la que se descuentan dichos flujos debe ser la del costo de capital) y comprarlos con el monto de la inversión. Si el resultado es positivo la inversión es provechosa y si el resultado es negativo no conviene llevar a cabo el proyecto.

2.9.6 Tasa interna de retorno.(TIR)

Conocida como la tasa interna de retorno o como tasa de rentabilidad del proyecto.

Indica el valor tanto por ciento de actualización de los flujos de caja anual, el van trata de hallar el mejor porcentaje que haga coincidir el desembolso inicial con la suma de los rendimientos netos actualizados.

2.9.7 Flujos de efectivo de un proyecto.

Los flujos de un proyecto pueden ser se cuatro tipos:

- 1) Absolutos
- 2) Relativos
- 3) Positivos
- 4) Negativos

2.9.8 Estado de flujo de efectivo.

Es el estado financiero que se elabora al término de un ejercicio económico o periodo contable para la evaluación con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.

2.9.9 Evaluación económica.

El estudio económico del proyecto nos permite describir los ingresos, egresos, el capital de trabajo, la inversión inicial del proyecto, es indispensable seguir paso a paso las operaciones necesarias para llegar a obtener resultados y luego ser analizados, conocer la factibilidad del proyecto.

2.9.10 Definición de inversión.

Es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo que pueda generar utilidad.

2.9.11 Gasto.

Son todos los gastos monetarios que significa desembolso para la empresa que van a estar en función de su organización.

2.9.12 Gastos de ventas.

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

2.9.13 Capital de trabajo.

Inversión de capital de trabajo constituye al grupo de recursos necesarios en forma de activo circulante para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo.

2.9.14 Balance general.

Informe financiero básico y producto final de todo sistema contable, a través del cual el representante o máxima autoridad de una empresa pone de manifiesto el estado patrimonial del organismo y la situación financiera de determinada fecha, por lo general al fin de ejercicio económico.

2.9.15 Estados de resultados.

Informe económico principal fruto del sistema contable que se presenta conjuntamente con el estado de situación financiera, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas; los ingresos percibidos o ganados y los gastos efectuados; y el resultado final relacionado con las operaciones financieras de la empresa en un periodo determinado.

2.9.16 Punto de equilibrio.

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, variables y los beneficios.

2.10 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.10.1 Ingeniería del proyecto.

La ingeniería aporta a la tecnología de los procesos productivos, es de una fuente doble de consulta y de utilización.

La ingeniera del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa; es decir con la participación de los ingenieros en

las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describe algunos aspectos como: productos, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructura y obras de ingeniería civil.

2.10.2 Sistema de producción.

Un sistema de producción es un conjunto de actividades que un grupo humano (por ejemplo, la familia campesina) organiza, dirige y realiza, de acuerdo a sus objetivos, cultura y recursos, utilizando prácticas en respuesta al medio ambiente físico

2.10.3 Definición de infraestructura.

En este ítem del proyecto se deberá determinar los ambientes físicos, las áreas, las instalaciones y obras de ingeniería que se requiera para el funcionamiento del proyecto. Se establece las obras de ingeniería estimados en base a planos o bosquejos de las áreas funcionales que deberá tener el proyecto.

2.10.4 Talento humano. El talento humano se refiere al personal a todos y cada una de las personas que trabajan o conforman la empresa.

2.10.5 Recurso material. Es todo lo que comprende en elementos físicos.

2.10.6 Recurso tecnológico. Son todos los equipos, maquinaria, equipos de cómputo y lo que está dentro de tecnología.

2.10.7 Canales de comercialización.

Constituye uno de los apartados más importantes. Habrá que estudiar: La organización del sistema de distribución del país y las distintas categorías de intermediarios. Descripción de cada categoría según la gama de productos ofrecidos. Principales importadores y distribuidores regionales.

Exigencias y prácticas en materia de exclusividad. Principales sistemas de promoción y comunicación con el mercado (catálogos, publicidad,

participación en ferias) y su coste. Presentación del producto: embalaje, material y tamaño del envase.

2.11 MANEJO ADMINISTRATIVO

El manejo administrativo para la microempresa es algo fundamental, es el conjunto de procedimientos, métodos, mecanismos y reglas que permiten optimizar recursos en un tiempo para lograr objetivos.

La inversionista tiene facultad para gerencia o administrar la microempresa, pero en el acto constitutivo de la misma, se puede designar a uno o varios cargos que va a desarrollar y firmar por ella.

2.11.1. Qué es la administración

A lo que se puede añadir que dentro de la microempresa es de suma importancia la aplicación de la administración con todas sus técnicas, ya que por medio de ellas se puede llegar a conseguir los resultados que se esperan.

2.11.2. Características de la Administración

Se puede enumerarlas siguientes:

La Administración sigue un propósito

- Es un medio notable para ejercer un verdadero impacto en la vida humana

La administración es asociada con los esfuerzos de un grupo

- La administración se logra por, con y mediante los refuerzos de otros

. La administración es una actividad

- La administración requiere de conocimientos, aptitudes y prácticas

- . La administración se ejecuta mediante otras personas es decir no

necesariamente lo hacen lo dueños de la empresa

2.11.3 Conceptos de los Elementos del Proceso Administrativo

2.11.4 La Previsión

La investigación es muy importante ya que aporta con información para poder prever lo que puede suceder en situaciones futuras y poder tomar las decisiones y acciones a tiempo.

2.11.5 La planeación o planificación

Con este antecedente podríamos lograr la consecución de los objetivos planteados, ya que a través de la planificación podríamos tomar las acciones necesarias siguiendo el camino de lo planificado.

2.11.6 La organización

Es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social con el fin de lograr su máxima eficiencia en la realización de los planes y objetivos señalados.

2.11.7 La integración

Integrar es obtener y articular los elementos humanos y materiales que la organización y el planeamiento señalan como necesarias para el funcionamiento eficiente de una empresa. Este elemento del proceso administrativo es el que se ocupa de dotar de personas a la estructura organizacional a través de un adecuado y efectivo reclutamiento, selección, contratación, inducción y desarrollo de las personas que han de ocupar un puesto dentro de la empresa.

2.12 Estrategias de Comercialización

La gerencia deberá elaborar la planificación estratégica y ponerla a disposición del propietario de la microempresa para que las acciones y funciones tengan los resultados deseados y cumplir con el compromiso de deuda con la Corporación Financiera Nacional.

2.12.1. Estrategia de negocios

Se refiere al plan operativo anual que deberá elaborar donde se reflejará el patrón de enfoque y movimiento para alcanzar los resultados pronosticados, se deberá concentrar en buscar enfoques de competitividad para obtener los resultados económicos propuestos.

2.12.2. Estrategia funcional

Será las iniciativas estratégicas de producción, administración, ventas, económicos de investigación y desarrollo de mercados que dirigirán las actividades funcionales de la microempresa. Se deberá crear un mapa gerencial para lograr resultados operativos.

2.12.3. Estrategia operativa

Serán los enfoques estratégicos para dirigir las acciones de la microempresa, en sus tareas operativas diarias (selección, producción a, recreación etc.), su importancia debe ser maximizada por la gerencia.

2.12.4. Estrategia competitiva

Será importante hacer un análisis del mapa estratégico para identificar las características de los competidores y las posiciones que ocupan en el mercado. Para marcar posicionamiento la microempresa será necesario un análisis de los competidores, predecir sus movimientos, ya sea para defenderse contra las acciones de sus rivales.

2.11.5. Estrategias de marketing

Las estrategias de Marketing que se analizará para posicionar a la microempresa en los diferentes segmentos potenciales mercados son:

- Desarrollar un concepto del negocio de producción con énfasis a Productos de excelencia y formular su visión, objetivos estratégicos, tácticas y acciones para posesionar la microempresa en el mercado de la producción.
- Transformar la misión en objetivos específicos de resultados que permita ingresar con imagen corporativa, de calidad del producto.
- Elaboraran estrategias, (genéricas de competitividad) para lograr los resultados económicos, financieras y de mercado que formula el proyecto y que sustenta su inversión.
- Implementar y poner en práctica las estrategias seleccionadas de manera eficiente, eficaz, efectiva y económica con la finalidad de dar sustentabilidad y sostenibilidad al proyecto.
- Evaluar los aspectos operativos, administrativos y financieros para hacer correctivos en la misión, objetivos, estrategias en relación a las condiciones cambiantes a los pronósticos y crear nuevas oportunidades.

Calidad del producto. La calidad de servicio es lo principal para la obtención de clientes, es por eso que esta la microempresa brindara un producto de calidad, mejorando el nivel del producto, que se cumplan las políticas como atención, amabilidad, eficiencia y cordialidad

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO

La economía referente al sector agropecuario y artesanía es la base primordial para la gente de la parroquia Andrade Marín , porque de una u otra manera son su recursos para sacar adelante a su familia; en la parroquia Andrade Marín habitan familias que poseen pequeñas parcelas de cultivos de maíz, papas, mellocos, ocas zambos, zapallos, plantas medicinales, crianza de animales que sirven para la auto sustentación, con lo que se preparan platos típicos saludables y muy importantes para conocer y comprender su cultura.

Se ha visto que las promociones productivas venden solamente los productos, supuestamente más representativos desde el punto de vista comercial y no se ha puesto énfasis en otros productos con potencialidades altamente nutricionales como es la producción miel de abeja que busca ofrecer un producto selecto dirigido a conservar los nutrientes donde el gusto del consumidor no solo sea la apreciación del producto sino de la calidad prevaleciente en cada uno de nuestros productos naturales.

La necesidad existente en el sector de Andrade Marín y Antonio Ante, es de un contar con una microempresa de comercialización de miel de abeja, que atraiga a los consumidores nacionales e internacionales brindando los diferentes productos que se puede elaborar con la miel de abeja.

3.1.1 Finalidad del estudio de mercado

El estudio de mercado que se desarrolló, tuvo la finalidad de determinar, los siguientes aspectos: la existencia real de consumidores de miel de abeja, a quienes se venderá el producto, distribuido por la microempresa comercializadora de miel de abeja de la parroquia Andrade Marín, la

disposición de los cliente potenciales para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada en la proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y ventas previstas.

Por ello el estudio de mercado sirvió para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que adquirirán el producto que se piensa vender, dentro de un espacio definido, además se indica que las características y especificaciones del producto corresponde a las que desea adquirir el consumidor, también se identificó qué tipo de clientes internos y externos son los interesados, lo cual sirvió para orientar el horizonte del proyecto.

3.1.2. Objetivos del estudio de mercado

3.1.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita identificar la capacidad de oferta y la demanda de miel de abeja, en el cantón Antonio Ante.

3.1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la capacidad de ofrecer el producto propuesto y la demanda que tendrá el mismo por parte de clientes tanto internos o locales, como externos, estos pueden a nivel nacional.
- Establecer y segmentar el mercado objetivo para la venta del producto que será generado por la microempresa.
- Identificar las condiciones o variables del mercado como: oferta, demanda, precios, competencia en el mercado objetivo.
- Determinar variables para el estudio de mercado: producto, precio, plaza promoción.

-Establecer indicadores como son: precio de compra y venta. Lugar de compra y venta. Cantidad de Oferta, Cantidad de demanda, clases de propaganda mecanismos de promoción.

-Formular estrategias o formas adecuadas de comercialización que permitan el inicio de actividades y posicionamiento en el mercado productivo local.

3.1.3 Variables e indicadores

3.1.3.1 Variables

Las variables salen de la planificación de las encuestas.

-Precio

-Plaza

-Producto

-Promoción

3.1.3.2 Indicadores

-Precio de venta

-Precio de compra

-Lugar de compra

-Lugar de venta

-Cantidad de oferta

-Cantidad de Demanda

-Clase de propaganda

- mecanismos de promoción

3.1.4. Población y muestra investigadas

3.1.4.1. Población

La población se refiere a los consumidores del Cantón de Antonio Ante que gustan de este producto, mismos que se estiman en un total de 6360 consumidores, lo que obedece a la población urbana, de los cuales se obtendrá una muestra para realizar las encuestas.

Las entrevistas se las realizó al señor Galo Villegas, Productor de Miel de Abeja, Señora Beatriz Suárez, Propietaria del Comisariato Ofertón y un experto en apicultura del MAGAP.

Cuadro Nro 1 MUESTRA DE CONSUMIDORES

| POBLACION | HABITANTES | PORCENTAJE | CONSUMIDORES |
|------------------------------|------------|------------|--------------|
| Población (habitantes) | 46151 | | |
| Población - hombres | 22367 | | |
| Población - mujeres | 23784 | | |
| Población - menores a 1 año | 645 | 1,86% | 12 |
| Población - 1 a 9 años | 7.094 | 20,50% | 1454 |
| Población - 10 a 14 años | 4.009 | 11,59% | 464 |
| Población - 15 a 29 años | 8.861 | 25,61% | 2269 |
| Población - 30 a 49 años | 7.170 | 20,72% | 1486 |
| Población - 50 a 64 años | 3.582 | 10,35% | 371 |
| Población - de 65 y más años | 3.242 | 9,37% | 304 |
| total | 34603 | 100% | 6360 |

Fuente: Agenda 21 (Internet)

Para calcular el tamaño de la muestra representativa de la población, se utilizó la siguiente fórmula.

$$N = \frac{Z^2 \delta^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Tamaño de la población

δ = Varianza

ε = Error muestral

E=Límite aceptable de error muestral 5 %

N-1= Factor de corrección para muestras mayores de 30.

Aplicando valores si tiene :

CONSUMIDORES EN ANTONIO ANTE

$$N = \frac{6360 \times (0.5)^2 \times 1.96^2}{(0.05)^2(6360 - 1) + (0.5)^2(1.96^2)}$$

$$n = 362,33$$

$$n = 362$$

.Las variables salen del objetivo del diagnóstico.

Cuadro 2 MATRIZ DIAGNOSTICA DEL ESTUDIO DE MERCADO

| ASPECTOS VARIABLES | INDICADORES | TECNICA | FUENTE INFORMACION |
|-----------------------|---------------------------------------|------------|---|
| PRECIO | PRECIO DE VENTA | ENTREVISTA | PRODUCTORES Y CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA |
| | PRECIO DE COMPRA | ENCUESTA | POBLACION |
| PLAZA | LUGAR DE COMPRA | ENCUESTA | POBLACION |
| | LUGAR DE VENTA | ENTREVISTA | PRODUCTORES Y CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA |
| PRODUCTO | CANTIDAD OFERTA | ENCUESTA | POBLACION |
| | CANTIDAD DEMANDA | ENTREVISTA | PRODUCTORES Y CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA |
| | PROYECCIÓN DE LA OFERTA , DEMANDA. | ENTREVISTA | PRODUCTORES Y CAMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA |
| PROMOCION | CLASE DE PROPAGANDA | ENTREVISTA | PRODUCTORES |
| | MECANISMOS PROMOCION | ENTREVISTA | PRODUCTORES |

FUENTE: INVESTIGACIÓN DIRECTA AUTORA

3.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS

3.2.1. Resultados de Encuestas a consumidores

Los resultados obtenidos en la presente encuesta demuestran la cantidad de consumo, preferencia, presentación y el precio del producto.

A continuación se detalla en los siguientes gráficos.

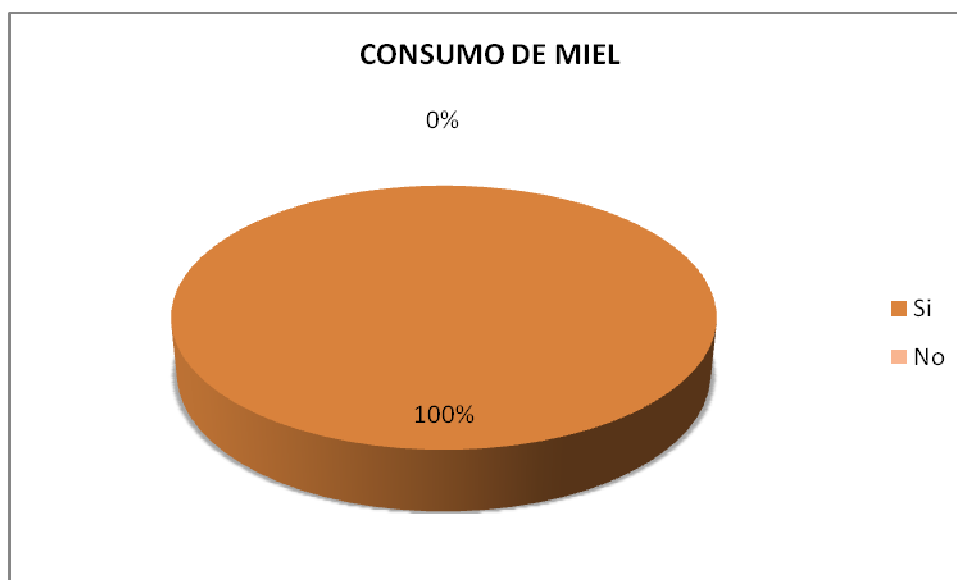
Análisis e interpretación de resultados

Cuadro Nro. 3 ¿Consume miel de abeja en su hogar?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 362 | 100% |
| No | 0 | 0 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

GRAFICO N.1



Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

Análisis e interpretación

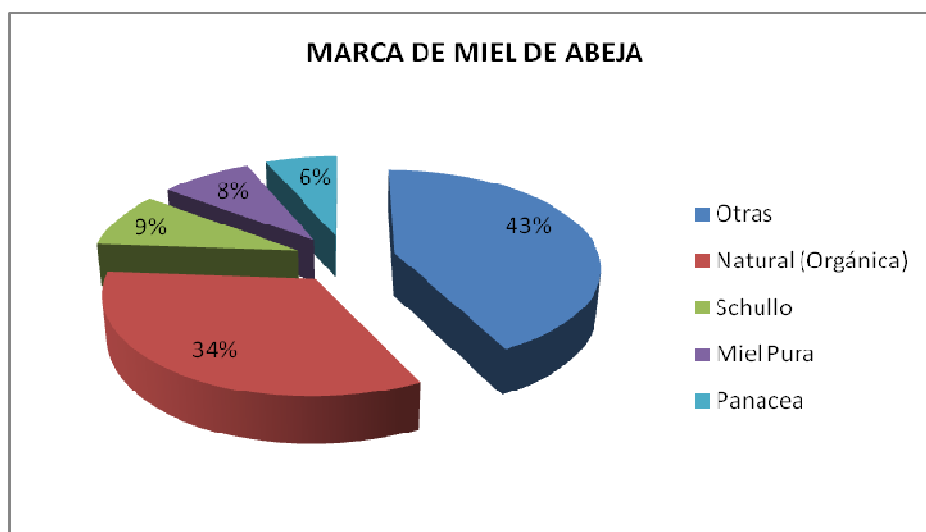
De las encuestas realizadas se analiza que la respuesta Si obtiene en su totalidad quienes consumen miel de abeja, y la respuesta NO obtiene el minoría Podemos observar que la Miel de Abeja tiene un alto consumo en la alimentación de la población.

Cuadro Nro. 4 ¿De las marcas de miel de abeja cuál es de su preferencia?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Otras | 154 | 42,6 |
| Natural (Orgánica) | 121 | 33,5 |
| Schullo | 33 | 9,0 |
| Miel Pura | 30 | 8,4 |
| Panacea | 24 | 6,5 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

GRAFICO N.2



Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

Análisis

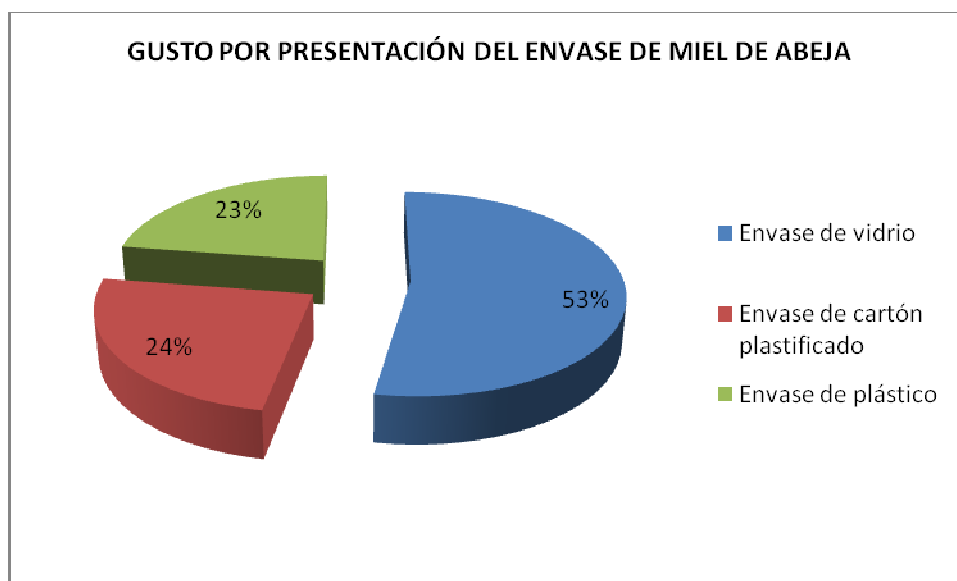
La respuesta OTRAS fue la que obtuvo mayor puntaje, luego existe en un segundo lugar la respuesta NATURAL (orgánica), a un tercer lugar se encuentra la SCHULLO lo que significa que los encuestados no la consumen en buena cantidad, finalmente se tiene a la MIEL PURA y la última PANACEA. La ganadora en esta pregunta es la primera opción demostrando que casi todos estuvieron de acuerdo en consumir otras marcas.

Cuadro Nro. 5¿Cómo le gustaría que sea su presentación?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Envase de vidrio | 191 | 52,9 |
| Envase de cartón plastificado | 89 | 24,5 |
| Envase de plástico | 82 | 22,6 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

GRAFICO N.3



Análisis

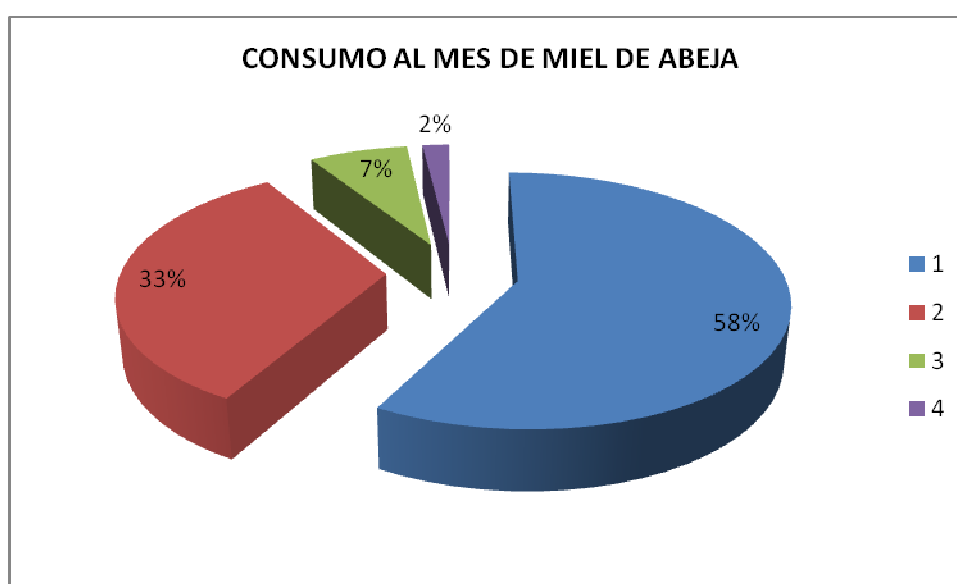
Según los resultados de la pregunta resulto favorable es el envase de Vidrio, Luego tenemos el envase de cartón plastificado, conjuntamente con el envase de plástico. La opción ganadora ha sido el envase de vidrio ya que es un factor de seguridad higiénica y presentación.

Cuadro Nro. 6 ¿Cuántos envases consume al mes?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 210 | 58,1 |
| 2 | 119 | 32,9 |
| 3 | 26 | 7,1 |
| 4 | 7 | 1,9 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

GRAFICO N.4



Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

Análisis

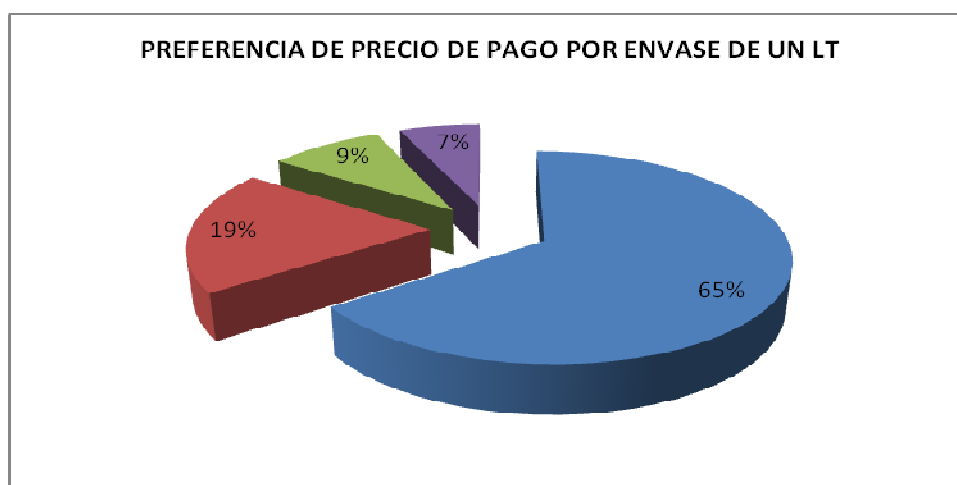
Según los resultados de esta pregunta resulta en la primera posición a la opción 1 con una aceptación, quienes consumen miel de abeja la cantidad de 1 envase al año. Luego tenemos 2 envases al año, luego tenemos con 3 envases gustan de consumir miel al año. Finalmente 4 envases que significa que muy pocas personas lo consumen entre 4 y mas envases al año. Tomando en cuenta esto tenemos que la opción de 1 envase es la preferencia y la que obtiene nivel de consumo 1 envase al año en la población.

Cuadro Nro. 7: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por envases de un litro?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| 8 USD | 236 | 65,2 |
| 10 USD | 70 | 19,4 |
| 12 USD | 33 | 9,0 |
| 14 USD | 23 | 6,5 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010

GRAFICO N.5



Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

Análisis

De las personas encuestadas pagarían 8 USD, seguido de 10 USD, existiendo en un tercer lugar de 12 USD y 14 USD cada una del total de las personas encuestadas. Podemos decir que es 8 USD que más aceptación quienes estarían dispuestos a pagar por el envase de un litro.

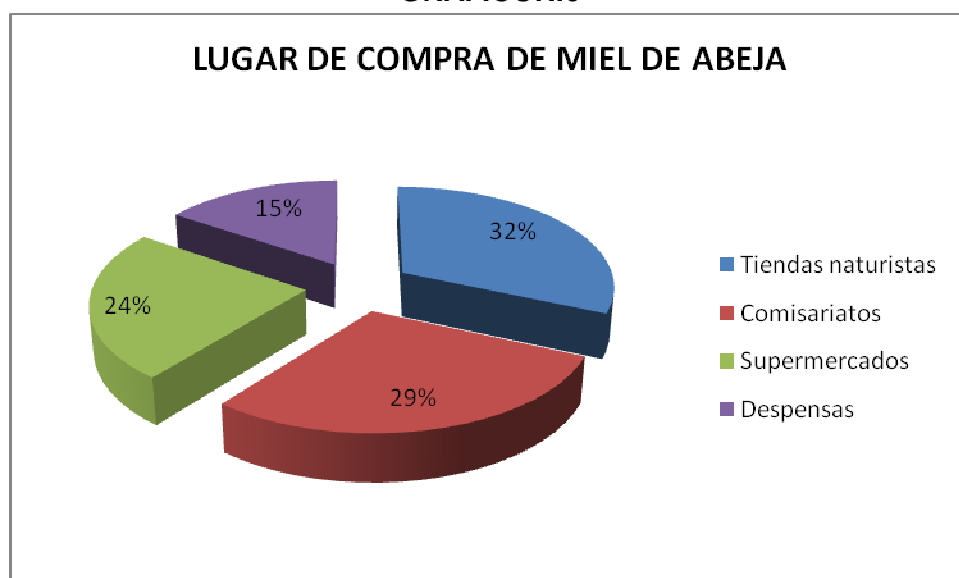
El precio se determina en base a las encuestas y consultas realizadas por internet como constan en los anexos al final del proyecto.

Cuadro Nro. 8 ¿Dónde acude usted a comprar miel de abeja?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|-------------|
| Tiendas naturistas | 114 | 31,6 |
| Comisariatos | 105 | 29,0 |
| Supermercados | 87 | 23,9 |
| Despensas | 56 | 15,5 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

GRAFICON.6



Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

Análisis

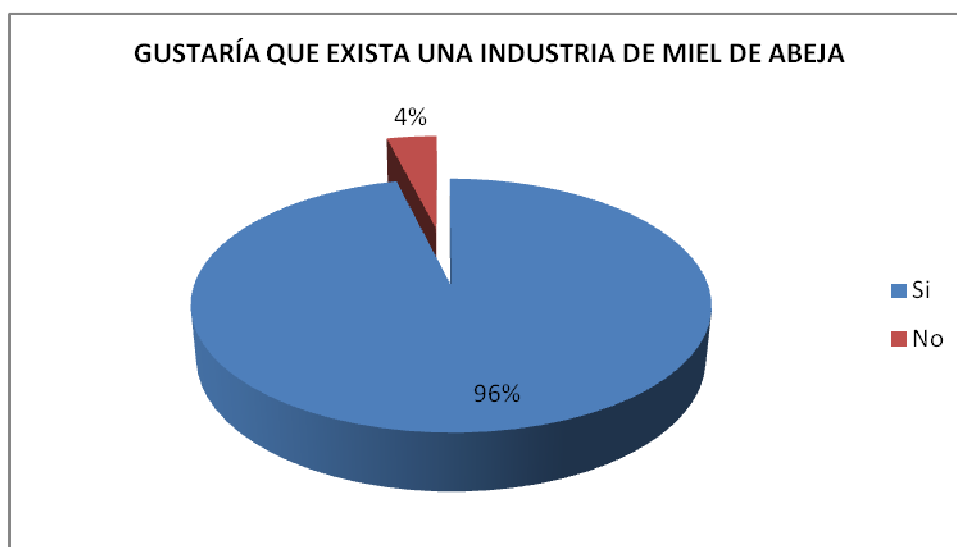
Las personas encuestadas manifiestan que compran Miel de Abeja en Tiendas Naturistas, seguido por un segundo lugar Comisariatos, de la misma encuesta se obtiene que en Supermercados y finalmente en Despensas con él. Esto quiere decir que en las tiendas naturistas es lo más habitual en las personas para comprar miel pura.

Cuadro Nro. 9: ¿Le gustaría que exista en nuestra provincia, en la parroquia de Andrade Marín una microempresa que comercialice miel de abeja de calidad?

| Pregunta | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 348 | 96,1 |
| No | 14 | 3,9 |
| Total | 362 | 100% |

Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

GRAFICO N.7



Fuente: Investigación Directa, Elaborado por: Maritza Cadena, Encuesta 2010.

Análisis

La respuesta a esta pregunta nos indica de las personas le gustaría que exista una microempresa de Miel de Abeja y otras indican que no les gustaría. Como se puede ver la mayoría de personas encuestadas le gustaría tener una microempresa comercializadora de miel de abeja en la parroquia de Andrade Marín.

3.2.1.2 Análisis General:

Después de haber obtenido toda la información de la investigación de mercado he analizado que dentro de los requerimientos del cantón, es adquirir un producto natural, como es la miel de abeja de consumo diario. Que contenga altos nutrientes que ayudan a la alimentación de las personas y que mejor que sea este producto natural, que ayuda a cuidar la salud de todas las personas que lo consuman.

3.3. ENTREVISTAS

3.3.1. Entrevista dirigida a experto Galo Villegas

1. ¿Cómo es la elaboración de miel de abeja?

Para la elaboración de la miel de abeja, no es necesario que el producto sufra una transformación, La característica principal del proceso es la optimización .

El proceso depende en gran parte de la ubicación de los panales, temperatura necesaria para que las abejas depositen la miel, suele ser por regla general en temperatura media, baja o fría (18°C), (temperatura de elaboración).

Se vigila en todo momento la existencia de impurezas que induzcan a una disminución de la calidad del producto final. El proceso es capaz de reducir al 50% de los contenidos existentes en el contenido de la miel de abeja inicialmente. El envasado más efectivo para este producto es el de

envases de vidrio al que se le suele añadir una tapa de plástico por seguridad.

2. ¿Tiene experiencia en procesos de producción?

Sí, tengo más de 30 años en producción de miel de abeja.

3. ¿Cuáles son las técnicas para la elaboración de miel de abeja?

Existen una técnica para la elaboración de miel de abeja se obtiene mediante el depósito de las abejas en los panales. Este proceso se lleva a cabo en los panales sin las tapas a una hora señalada esperar hasta que lleguen todas las abejas acarreado la miel para luego tapar el panal, allí es donde la abejas construyen la cera que conserva las propiedades naturales de miel de abeja.

4. ¿Qué tiempo tiene de experiencia en este tipo de producto.

Tengo 25 años de experiencia en elaboración de miel de abeja.

5. ¿En qué empresa industrial trabaja actualmente?

En mi propia microempresa que está instalada en mi casa, en donde me dedico a elaborar la miel de abeja, en la ciudad de Atuntaqui.

3.3.2 Entrevista dirigida a apicultor del MAGAP

1. ¿Consume miel de abeja en su hogar?

Sí, a veces cuando la tenemos en casa.

2. ¿Qué miel de abeja prefiere?

La Natural.

3. ¿consumiría miel de abeja que contenga altos nutrientes?

Sí, si contiene los nutrientes que necesitamos para la alimentación.

4. ¿Qué cantidad consume mensualmente?

4 envases pequeños de miel de abeja.

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

El precio de un dólar.

6 ¿Le gustaría que en nuestra provincia se comercialice miel de abeja, mediante la implementación de una microempresa comercializadora?

Sí sería muy bueno tener en nuestra provincia una empresa de esa naturaleza.

3.3.3 entrevista dirigida a la competencia

Empresa: COMISARIATO OFERTÓN

Nombre del entrevistado: BEATRIZ SUÁREZ

Cargo que se desempeña: PROPIETARIA

1. ¿Qué miel de abeja dispone para la venta?

La miel Schullo y Panacea.

2 ¿Qué miel de abeja es la de mayor consumo?

Schullo.

3.-¿Qué volumen de demanda que tienen este producto anualmente?

La miel de abeja Schullo 1520 envases pequeños, aproximadamente.

4.-¿Le gustaría introducir al mercado una nueva miel de abeja natural?

Si me gustaría si es la miel de abeja es de calidad y cumple con todos los registros sanitarios para la venta.

También depende mucho del precio aquí para que el producto tenga rotación. El precio en nuestro local es determinante.

3.4 ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

3.4.1. Mercado Meta

Para llegar al mercado meta es necesario tener metas, objetivos, estrategias y un plan de actividades, es muy importante ser anhelante en cuanto a las metas y ritmo para no fracasar.

Las medidas que se determinen puede incluir un proyecto específico de mercadeo en algunas localidades, igual o mayor puede merecer las actividades de la administración y atención al cliente.

En muchas ocasiones la relación entre la atención del personal de la empresa y el cliente puede ser un elemento importante de la estrategia, incluido el acuerdo sobre el precio del producto. Todos estos elementos facilitan la labor para acercarnos al mercado meta que la microempresa busca.

El mercado meta que aspira la microempresa es 1.200 clientes en el año, los mismos pueden pertenecer tanto al sector interno como al clientes externos.

La captación de clientes nuevos dependerá mucho del servicio que se brinde a las personas, siendo indispensable la atención de primera calidad; estos factores serán determinantes para asegurar el mercado meta planteado.

El consumo de miel de abeja es altamente beneficioso para nuestro cuerpo y salud, ya que se ha comprobado que la miel es una gran fuente de energía, estimula la formación de glóbulos rojos porque posee ácido fólico, ayudando también a incrementar la producción de anticuerpos.

La miel de abeja es antiséptico, antibiótico, preservador y endulzador natural. Si consumimos regularmente miel de abeja estaremos enriqueciendo nuestra alimentación, ya que esto tendrá un efecto emoliente por que ayudará a la digestión, vivificará y fortificará el pecho, los nervios, los pulmones, previene muchas enfermedades por lo tanto toda la población debe consumir por sus vitaminas B,C,D,E,, además minerales y encimas.

La miel de abeja está dirigido a la niñez, quienes están en etapa de crecimiento por sus vitaminas y minerales que les permite crecer y desarrollarse tanto física como intelectualmente por sus hormonas se revitaliza y regenera el cerebro.

Otra población de consumidores de miel de de abeja son las personas que sufren de obesidad, contiene 22 aminoácidos y una variedad de minerales esenciales para su metabolismo y por lo tanto es útil en la prevención de la obesidad.

La población que más debe consumir miel de abeja es la tercera edad, por sus propiedades curativas y alarga la vida debido a las por las hormonas, vitaminas, minerales, pues todos los médicos recomiendan consumir en vez de azúcar evita controla la diabetes.

3.4.2. Segmento de Mercado

Se ha efectuado una segmentación del mercado en función a los gustos de los consumidores del mercado local de acuerdo al análisis realizado en base a las características que presenta el cantón Antonio Ante.

Se ha determinado que la dirección de este proyecto tendrá como principal objetivo dirigirse hacia los mercados locales, por cuanto se va a comercializar nuestro producto a precios relativamente medio y bajos del mercado manejados siempre por el propósito de la microempresa la cual

es proporcionar un beneficio económico a la población local ofreciendo un producto de calidad.

En las encuestas realizadas se determinó que perciben el proyecto en base a ciertas características: tipo de producto, calidad, presentación y servicio al cliente, lo que permite que el proyecto se oriente a la satisfacción del cliente, con la atención de estos requerimientos mediante la creación de una microempresa que comercialice un producto con altos nutrientes como es la miel de abeja.

3.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Actualmente en la provincia existen pocas empresas que se dedican a la comercialización de productos como la miel de abeja de calidad, siendo ésta la oportunidad para inmiscuirse en esta actividad; en el cantón Antonio Ante no está presentado en forma de comercialización alimenticia, sino mas bien producción textil, por lo menos de las investigaciones realizadas acerca de establecimientos de producción son muy pocos los que existen entre ellos tenemos la producción de miel de abeja del Sr. Galo Villegas en la ciudad de Atuntaqui y algunas otras microempresas en el cantón Cotacachi por lo tanto se da la oferta necesaria que haga la competencia a la microempresa, por esta razón el proyecto resulta factible ya que siendo una ciudad que recibe a una gran afluencia de visitantes a quienes les gusta de miel de abeja debería existir un local donde ellos puedan disfrutar de este producto diferente, selecto y de calidad.

En Antonio Ante por ser un cantón que tiene a la mayor cantidad de visitantes, cuenta con varios establecimientos donde se vende productos alimenticios de calidad tanto de primera y segunda clase, ninguno hasta aquí que brinde miel de abeja selecta.

La oferta de producción de miel de abeja en cuanto a la provincia de Imbabura se da de la siguiente manera:

CUADRO Nº 10.- ESTABLECIMIENTOS QUE PRODUCEN MIEL DE ABEJA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

| ESTABLECIMIENTO | UBICACIÓN | NOMBRE DEL PRODUCTO |
|------------------------------|-----------|-----------------------|
| Fundación Hermano Miguel | Cotacachi | La Abejita |
| Fundación Comunidades unidas | Cotacachi | Jalea Real |
| Sr Galo Villegas | Atuntaqui | Miel de Abeja natural |

FUENTE: MIC Ministerio de industria y competitividad

ELABORACION: Maritza Cadena

En base a la información presentada anteriormente, podemos observar que en el cantón Antonio Ante no cuenta con el producto miel de abeja y la oferta de este producto no existe en este cantón, los establecimientos que brindan este producto son pocos y se encuentran en otras ciudades de la provincia, razón por la cual se ha tomado como base para determinar la oferta a los establecimientos que se encuentran en el cantón Antonio Ante y de una u otra manera no abastecen la demanda de consumidores cantón, por lo que es necesario llevar a cabo el proyecto ya que al no haber oferta, no hay competencia en este cantón .

Según datos del MIC ministerio de industrias y competitividad se establece que la oferta ha crecido entre un 10 % y 15%.

CUADRO Nº 11 OFERTA HISTORICA

| Años | Litros de miel de abeja | T. AC |
|-------|-------------------------|--------|
| 2003 | | |
| 2004 | 1600 | 1 |
| 2005 | 1760 | 1.1 |
| 2006 | 1936 | 1.21 |
| 2007 | 2129 | 1.331 |
| 2008 | 2342 | 1.4641 |
| TOTAL | 9 767 | |

FUENTE: Cámara de la pequeña Industria de Imbabura CAPI-I.

Con este resultado se procede a calcular las proyecciones.

3.4.1 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta QUE SE DETALLA en el siguiente cuadro

CUADRO Nº 12 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

| AÑOS | Cn = Co (1+0.04) |
|-------------|-------------------------|
| 2009 | 2.436 |
| 2010 | 2.533 |
| 2011 | 2.634 |
| 2012 | 2.739 |
| 2013 | 2.849 |
| 2014 | 2.963 |
| 2015 | 3.081 |

FUENTE: Cámara de la pequeña Industria de Imbabura. ELABORACION: Maritza Cadena

Cuadro Nro. 13 Proyección de la Oferta

| PROYECCION DE LA OFERTA | | | |
|--------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| PERIODO | LITROS | V. UNITARIO | TOTAL |
| AÑO 1 | 2634 | 8,00 | 21072,00 |
| AÑO 2 | 2739 | 8,32 | 22791,48 |
| AÑO 3 | 2849 | 8,65 | 24651,26 |
| AÑO 4 | 2963 | 9,00 | 26662,80 |
| AÑO 5 | 3081 | 9,36 | 28838,49 |

ELABORACION: Maritza Cadena

3.5.2 Capacidad de oferta

Para establecer la capacidad de la oferta de la microempresa se ha tomado como base el número de clientes que se comprarían en la microempresa con lo que estará en capacidad de atender alrededor de 1.200 clientes al año, tomando en cuenta que van haber en la microempresa un local grande donde realizará la venta del producto , con

dos personas en el área de ventas , tomando en cuenta que todos los días del año se tendrá pedidos, se estima que alrededor de 1.200 clientes es un número considerable que la microempresa estaría en capacidad de despachar.

3.6. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La demanda se refiere a la cantidad de producto que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacer las necesidades específicas a un precio determinado. Para realizar la investigación y establecer el mercado consumidor se hizo tomando una muestra de la población basada en los consumidores potenciales a través de la encuesta realizada a los consumidores de Antonio ante. Estos consumidores presentan cuatro caracterizas comunes: disfrutan de la degustación, son de gustos exigentes, cuidan su salud.

La Demanda del producto de calidad se ha agrupado en dos y son:

3.6.1 Demanda Real

La provincia de Imbabura ha tenido un incremento del 10% según el cuadro de la oferta histórica tomado de la Cámara de la pequeña industria de Imbabura en estos últimos años en cuanto a la producción dado por el nivel de satisfacción que tienen los mercados consumidores nacionales.

3.6.2. Demanda Potencial

La demanda de miel de abeja será de 6.360 consumidores según fuente de la cámara de la pequeña industria Cámara de Imbabura CAPI-I entre internos y de fuera de nuestro cantón Antonio Ante, según la fuente de la Cámara de la Pequeña Industria de Imbabura, probablemente para el año 2011 será de 6.360 consumidores.

Por su actividad productiva alimenticia en la provincia de Imbabura se caracteriza por sus diferentes productos exquisitos, delicias y manjares de cada zona.

CUADRO Nº 14 CÁLCULO DEMANDA POTENCIAL DE CONSUMIDORES DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

| EN RELACION A LA MUESTRA ANUAL EN ANTONIO ANTE | | | | EN RELACION A LA POBLACION | | |
|--|------------|-----------------|------------|----------------------------|-------------------------|-----------------|
| Pregunta LITROS | Frecuencia | ANUAL EN LITROS | Porcentaje | EN LITROS | FRECUENCIA CONSUMIDORES | ANUAL EN LITROS |
| 1 | 210 | 210 | 58,1 | 1 LITRO | 3695 | 3695 |
| 2 | 119 | 238 | 32,9 | 2 LITROS | 2092 | 4185 |
| 3 | 26 | 78 | 7,1 | 3 LITROS | 452 | 1355 |
| 4 | 7 | 28 | 1,9 | 4 LITROS O MAS | 121 | 1450 |
| Total | 362 | 554 | 100% | | 6360 | 10685 |

FUENTE: Cámara de la pequeña Industria de Imbabura y encuestas. ELABORACIÓN: Maritza Cadena

CUADRO NRO. 15 DEMANDA EN CONSUMIDORES, LITROS Y VALORES

| CONSUMO DE MIEL DE ABEJA DE ANTONIO ANTE | | | | |
|--|-----------------------------|-----------|----------------|-------------|
| CONSUMIDORES | MEDIO DE CONSUMO POR CONSUM | EN LITROS | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 6360 | 1,68 | 10685 | 8 | 85478,4 |

FUENTE: Cámara de la pequeña Industria de Imbabura. ELABORACIÓN: Maritza Cadena

Cuadro Nro. 16 Proyección de Miel de Abeja en Litros y Valores

| PROYECCION DE LA OFERTA | | | | |
|-------------------------|--------|--------|-------------|----------|
| PERIODO | LITROS | T. AC | V. UNITARIO | TOTAL |
| AÑO 1 | 2634 | 1 | 8.00 | 21072.00 |
| AÑO 2 | 2739 | 1,0333 | 8.32 | 22791.48 |
| AÑO 3 | 2849 | 1,0333 | 8.65 | 24651.26 |
| AÑO 4 | 2963 | 1,0333 | 9.00 | 26662.80 |
| AÑO 5 | 3081 | 1,0333 | 9.36 | 28838.49 |

ELABORACIÓN: Maritza Cadena

3.6.3 Demanda de producción en el cantón Antonio Ante

Según estimaciones de producción anual de miel de abeja en el cantón Antonio Ante es de 10.685 de la producción de la demanda de la

demanda de litros de la fuente que representan 3250 clientes, para el año 2011, de un total de 6.500 consumidores de Antonio Ante.

3.6.4.- Demanda potencial a satisfacer que captará el Proyecto.-

En razón que no existe ningún peligro de la creación del Proyecto captará en el Cantón Antonio Ante aproximadamente el 50 % de la demanda potencial que representa 3.350 clientes y la venta de 5000 litros de miel de abeja, la diferencia lo venderá en Ibarra 2000 litros y 1000 litros en Otavalo.

CUADRO NRO. 17 DEMANDA POTENCIAL QUE CAPTARÁ EL PROYECTO

| DEMANDA QUE CPATARA ELPROYECTO | CLIENTES | PROM. CON | TOTAL |
|--------------------------------|----------|-----------|-------|
| ANTONIO ANTE | 3250 | 1,54 | 5000 |
| IBARRA | 1299 | 1,54 | 2000 |
| OTAVALO | 649 | 1,54 | 1000 |
| total | 5198 | 1,54 | 8000 |

Elaborado por la autora Fuente: Entrevistas y encuestas

3.7 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Para proyectar la demanda de los productos se baso en un estudio de mercado comparando datos obtenidos de la demanda y la oferta.

Cuadro Nro. 18 Proyección de la Demanda Potencial

| DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER | | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|--------------------|------------------|-------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| AÑO | DEMANDA EN LITROS | DEMANDA EN DÓLARES | OFERTA EN LITROS | OFERTA EN DÓLARES | DEMANDA INSATISFECHA EN LITROS | DEMANDA INSATISFECHA EN DÓLARES |
| AÑO 1 | 10685 | 85478,40 | 2634 | 21072,00 | 8051 | 64406,40 |
| AÑO 2 | 11753 | 97157,31 | 2739 | 22791,48 | 9014 | 74365,84 |
| AÑO 3 | 12929 | 110431,92 | 2849 | 24651,26 | 10080 | 85780,66 |
| AÑO 4 | 14221 | 125520,23 | 2963 | 26662,80 | 11259 | 98857,43 |
| AÑO 5 | 15644 | 142670,06 | 3081 | 28838,49 | 12562 | 113831,57 |

ELABORACIÓN: Maritza Cadena

3.8. IDENTIFICACIÓN DE PRECIOS

El precio es el valor que se pagará por adquirir un producto, en este caso la miel de abeja, por lo que se puede decir que fluctúan dentro de los precios de oferta y demanda del mercado de producción alimenticia.

Para determinar el precio del producto se debe considerar la oferta y la demanda de productos similares, el precio que la competencia tiene por un producto similar, tipo de cliente y las necesidades que va a satisfacer. Los precios del litro de miel de abeja fluctúan entre los 8 dólares y hasta 14 dólares.

La microempresa industrializadora y comercialización de miel de abeja tendrá un precio de 8 dólares c/ litro de miel de abeja se da como resultado.

CUADRO Nº 19 PROYECCIÓN DE PRECIOS

| Proyección de precios de miel de abeja | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| RUBROS | AÑO 2011 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 |
| Litro | 8,00 | 8,27 | 8,54 | 8,83 | 9,12 |
| Medio Litro | 4,00 | 4,13 | 4,27 | 4,41 | 4,56 |
| Cuarto de Litro | 2,50 | 2,58 | 2,67 | 2,76 | 2,85 |

ENTE: Información directa

ELABORACIÓN: Maritza Cadena

3.8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia permite identificar a los posibles competidores y evaluar sus respectivas fortalezas y debilidades, donde al conocer las acciones de los competidores, se comprenderá los productos que se debe ofrecer y cuál es la mejor manera de hacerlo, cómo se puede comercializar de manera efectiva y cómo se puede posicionar la empresa.

Los consumidores de miel de abeja disfrutan de este producto, arrojan ingresos que sirven para cubrir los costos que genera la empresa como son los gastos administrativos y costos de ventas, al mismo tiempo de un porcentaje de utilidad.

Lo expuesto anteriormente posibilita el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa industrializadora y comercializadora de miel de abeja.

3.9. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO)

Partiendo de una base de comprensión de la demanda de mercado, las expectativas del consumidor y de la forma de ofertar del producto de manera efectiva en el mercado, se debe considerar cuán importante es la comercialización para que el proyecto se ejecute.

Las encuestas realizadas dan la pauta para la evaluación del mercado, puesto que se conoce los perfiles e intereses del consumidor, por lo tanto una campaña publicitaria ayudará mucho a vender el producto.

El proyecto de comercialización de miel de abeja funcionará únicamente si existen consumidores, para ello se necesita buscar a los profesionales en marketing, en publicidad y promoción para estar incluso más preparados para el producto en cuestión.

Así el plan de ventas, necesitará tratar asuntos tales como: la entrega de información sobre la calidad, beneficios y bondades el producto, la promoción será la cobertura en medios de comunicación, profesionales de marketing, la promoción mediante campañas publicitarias, planes internos de marketing y por medio de internet.

En cuanto a la entrega de productos de calidad, se debe tener muy claro que todos los productos de producción alimenticia deberán ofrecer al cliente un servicio eficiente y la atención al cliente excelente. La calidad se relaciona con la entrega de un producto que cumpla o supere las expectativas del cliente.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

El programa de producción del Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: , tamaño de la unidad productiva propuesta , localización del proyecto, aspectos técnicos o de ingeniería, el presupuesto técnico, inversiones fijas, variables, diferidas; requeridas para el funcionamiento del proyecto.

4.1 TAMAYO DEL PROYECTO

Se pretende iniciar con una llenadora, una lavadora de envase, una estufa, dos mesas de metal, y un recipiente para realizar un baño de maría a los envases que se llenen con miel de abeja. La planta estará instalada en un área de terreno de 1.600 m². Donde estarán ubicadas 200 colmenas a la distancia de 2 metros entre ellas. La producción se estima envasar en 13.500 botellas anuales, 1.125 botellas mensuales en las que se calcula anualmente 4.500 botellas de 1 litro, 5.000 botellas de ½ litro y 4.000 botellas de ¼ de litro en total producirá 8.000 litros anuales. Además las construcciones tipo galpón donde están instaladas las oficinas, bodega y la plana es de 160 metros². Su mercado será en tiendas supermercados Antonio Ante y su excedente se venderá en supermercados y mercados mayoristas de Ibarra y Otavalo.

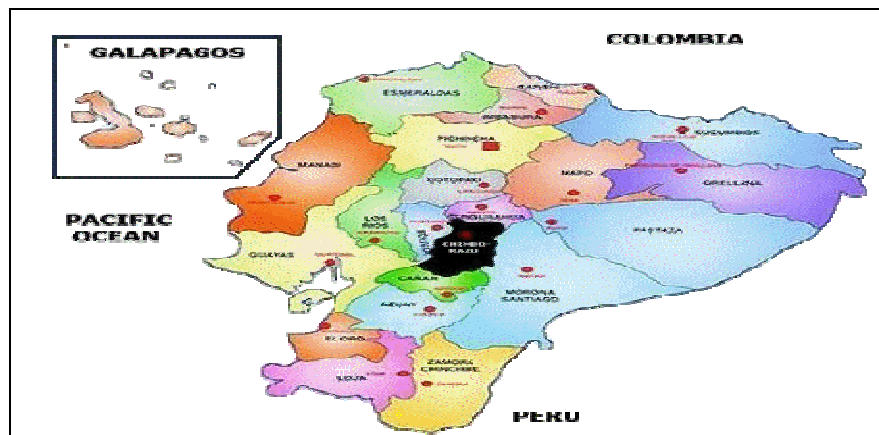
4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 Macro localización

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia Andrade Marín.

La provincia de Imbabura se ha diferenciado por ser una provincia con un gran potencial para el desarrollo del turismo más no en el desarrollo de la producción y tiene las siguientes características:

FIGURA 1 Mapa del Ecuador



Fuente: www.gobiernoprovincialimbabura.com

Figura 2 Mapa de Imbabura



Fuente: www.gobiernoprovincialimbabura.com

4.2.2.1 Factores Localizacionales

Existen varios factores determinantes del proyecto tales como:

Entorno Geográfico

Está ubicada al norte del territorio ecuatoriano, en la hoya occidental del Chota y sus coordenadas son de 00° 07 y 00° 52 latitud norte; 77° 48' y 79° 12' longitud oeste.

Límites

Al Norte la Provincia del Carchi, al Sur la Provincia de Pichincha, al Este la Provincia de Sucumbíos y al Oeste la Provincia de Esmeraldas.

4.2.1.2 Superficie y Extensión Territorial

La superficie de la Provincia de Imbabura es de 4.353 km², a 435.300 habitantes.

a) Población

La población de la provincia de Imbabura es de 344.044 habitantes entre población rural y población urbana.

Cuadro Nro. 20 La Población

| POBLACIÓN | AÑO 2001 |
|-------------------------------|-----------------|
| <i>Población Rural</i> | 171.830 |
| <i>Población Urbana</i> | 172.214 |
| <i>Población Total</i> | 344.044 |

FUENTE: www.estadisticas.inec.com

ELABORACIÓN: La Autora

4.2.1.3 Estructura Política-Administrativa.

La Provincia de Imbabura está formada por 6 cantones que son los siguientes:

Cuadro Nro. 21 Cantones

| CANTONES |
|--------------------------|
| a. Ibarra |
| b. Antonio Ante |
| c. Otavalo |
| d. Cotacachi |
| e. Pimampiro |
| f. San Miguel de Urcuquí |

FUENTE: www.edufuturo.com
ELABORACIÓN: La Autora

e) Clima

La Provincia de Imbabura posee varios tipos de climas. La temperatura media anual oscila entre 9,9 °C (Estación Meteorológica Ir guincho) y 22,9 °C (Estación Meteorológica Lita). Los rangos de precipitación media anual varían entre 310,3mm (Estación Meteorológica Salinas) y 3.598mm (Estación Meteorológica Lita).

4.2.1.4 Cantón Antonio Ante

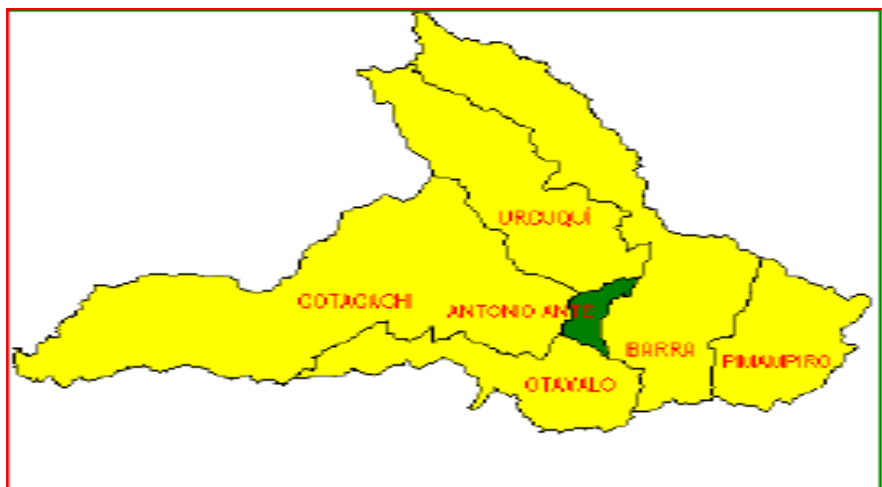
a) Población: 45.184 habitantes (Proyección poblacional del último censo de población y aplicando la tasa de crecimiento poblacional de la Agenda 21)

b) Superficie: 79 Km² (Agenda 21-2004)

c) Densidad poblacional:

El cantón Antonio Ante es el de menor extensión territorial, con 79 km², que significa el 1.8% de la provincia de Imbabura, pero su población de 45.184 habitantes, que representa el 10.5% de Imbabura, con una densidad que es 6 veces de la provincia que es de 456.35 habitantes por km² (SIISE 3.5)

Figura Nro. 3 Mapa político de Imbabura



Cuadro 22 Distribución de la Población

| UNIDAD TERRITORIAL | POBLACIÓN | DISTANCIA DE ATUNTAQUI | NATURALEZA PARROQUIA |
|---------------------------|-------------------|------------------------|----------------------|
| Atuntaqui y Andrade Marín | 19.216 Habitantes | - | Cabecera Cantonal |
| Chaltura | 2.840 Habitantes | 5 Km | Parroquia Rural |
| Imbaya | 1.110 Habitantes | 9Km | Parroquia Rural |
| Natabuela | 4.288 Habitantes | 4Km | Parroquia Rural |
| San Roque | 8.599 Habitantes | 4 Km | Parroquia Rural |

SIISE 3.5 Agenda 21. Elaboración Equipo Municipal

www. Edofuturo

4.2.2 Microlocalización

Para la micro localización se determinó la factibilidad de ubicar a la microempresa en un lugar con las características productivas predominantes donde funcionarán sus instalaciones, los factores que se analizó son los siguientes:

- Sociabilización del proyecto y el sector
- Entorno de la demanda
- Cercanía a la carretera panamericana.

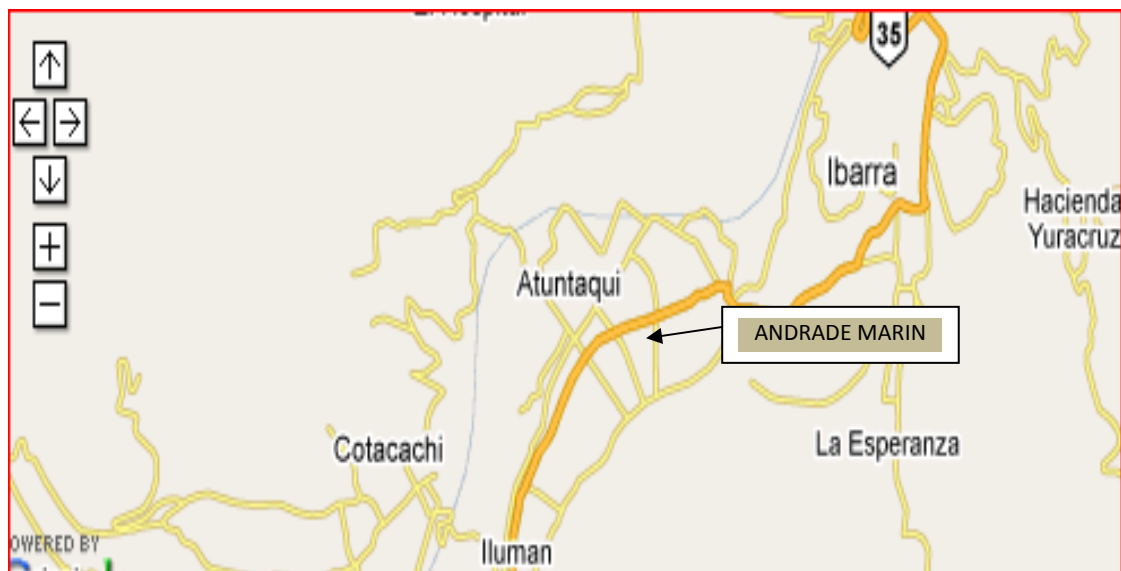
4.2.2.1 Costos de insumos y materias primas.

Con estos factores se determinó que el sitio es ideal para la implementación de la microempresa industrializadora y comercializadora de miel de abeja.

El proyecto de factibilidad para la creación de la microempresa industrializadora y comercializadora de miel de abeja, se ejecutará en el sector Santa Bernardita, de Andrade Marín del cantón Antonio Ante. Población conocida como comunidad agrícola y artesanal. Andrade Marín, es apreciada por diferentes visitantes y personas de la provincia y fuera de ella por su labor agrícola.

A continuación se presenta un croquis de para saber cómo llegar a la comunidad de la parroquia de Andrade Marín destino del área donde se llevará a cabo el proyecto.

Figura Nro. 4 CROQUIS DEL MAPA DE ANDRADE MARIN



FUENTE: Municipio Atuntaqui

Al encontrarse situada a las faldas de las llanuras, sus espacios son pequeñas parcelas de terreno de 400 metros cada uno, alrededor

disponen de 1600 metros² rodeados de árboles, vegetación, césped natural, al rededor de la entrada principal a la parroquia Andrade Marín y un ambiente de campo único complementado con una gran variedad de plantas ornamentales, por los linderos del terreno tenemos huertos donde se destaca su flora dando un entorno atractivo al lugar.

Una de las características es que el terreno es donde se va a ejecutar el proyecto y está ubicado en la parte superior, a la misma altura de Atuntaqui de y dos kilómetros antes de llegar al peaje de Pinsaquí, delimitado al norte con san Francisco de Natabuela, al sur limita con san Roque, el límite este con el cerro Imbabura y al oeste limita con Atuntaqui.

La temperatura fluctúa entre los 8° y 20° grados centígrados, con una altura de 3.000 msnm eso significa que el clima es completamente frío a veces por las noches nublado y por su ubicación casi siempre se encuentran por las noches nublado en el sector.

El propósito de esta inversión será el de mejorar las condiciones de vida de las personas de la parroquia Andrade Marín que participan y seguir con la inversión a futuro ya que la microempresa es de razón económica y para posteriormente ampliarla y dar la oportunidad a las demás personas que deseen participar trabajando en bien de la empresa, como trabajo directo que se dará a cinco personas del sector y a muchas personas como trabajo indirecto en las que están los pequeños y grandes comerciantes que podrán ser actores de este emprendimiento.

En cuanto a la estructura, la microempresa estará conformada por una persona natural no obligada a llevar contabilidad que la autora, ella es la persona que interviene en la inversión, pues de acuerdo a sus estudios contará con la inversión propia que es el terreno y construcciones ubicada en el sector Santa Berta de la Parroquia Andrade Marín.

Se utilizará un organigrama estructural para las diferentes funciones para tener mejor desenvolvimiento en la comunicación recíproca de todas las personas que van a trabajar en la microempresa industrializadora y comercializadora de miel de abeja.

Para que el trabajo se lo realice con eficiencia, eficacia y dinamismo, mediante un trabajo en equipo para así obtener excelentes resultados.

Dentro de la microlocalización se destaca que el sector cuenta con todos los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, teléfono, alcantarillado y vías de acceso en buen estado.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1 Proceso de Producción:

4.3.1.1 Recepción de la miel de abeja

La miel de abeja, se trasladará a la planta en barriles plásticos en donde se les hará una inspección visual de su calidad, esto garantizará la pureza de la miel y luego serán trasladados al almacén de materia prima.

4.3.1. 2 Tanque de llenado

Después de recibida la miel, se pasará al tanque de llenado, el cual tendrá una capacidad de 400 litros.

4.3.3 Lavado y secado de botellas

Las botellas, serán lavadas con agua con cloro y después agua caliente, para esterilizarlas. Posteriormente se colocarán boca abajo, para que el agua escurra y se sequen.

4.3.4 Llenado y Tapado

Luego de lavados los frascos, se procederá a llenarlos en forma manual, desde el tanque de llenado con un grifo se envasará las botellas, en el cual se encuentra la miel a granel. Al momento de llenarlas también serán tapadas en forma manual. Cada dos horas se colectarán las mismas para

pasarlas al baño maría, con el propósito de evitar la cristalización de azúcares.

4.3.5 Etiquetado y envío al almacén

Después del baño María, las botellas serán etiquetadas (de acuerdo con el diseño de etiqueta que se presenta en el estudio de mercado), colocadas en cajas de 12 unidades, y serán trasladadas en forma manual al almacén de productos terminados.

4.4 Diagrama de procesos

Es una representación gráfica que se utiliza a través de una hoja de diagramación de procesos identificando las diferentes actividades y tiempos que se utilizará de manera promedio para cumplir el proceso.

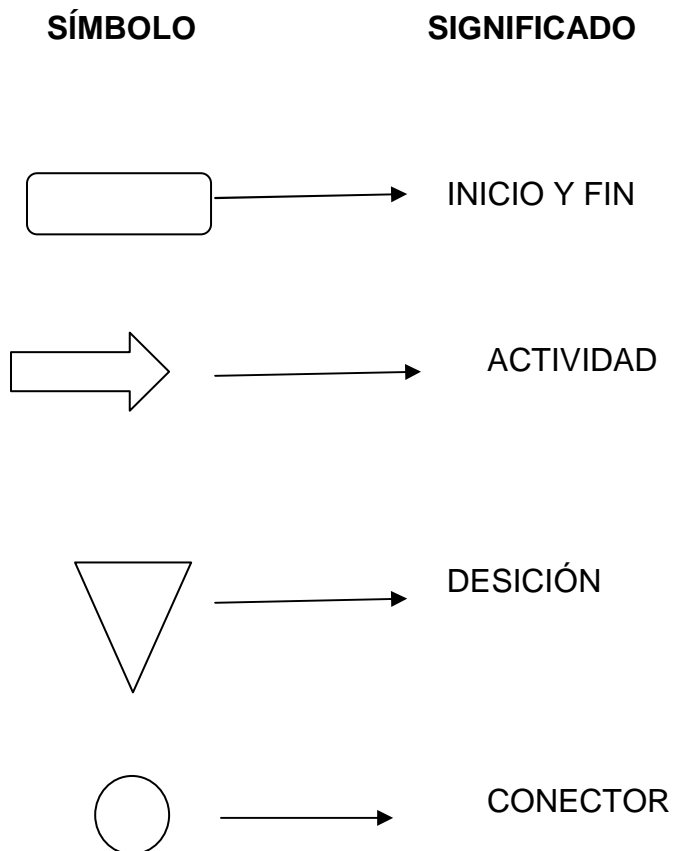
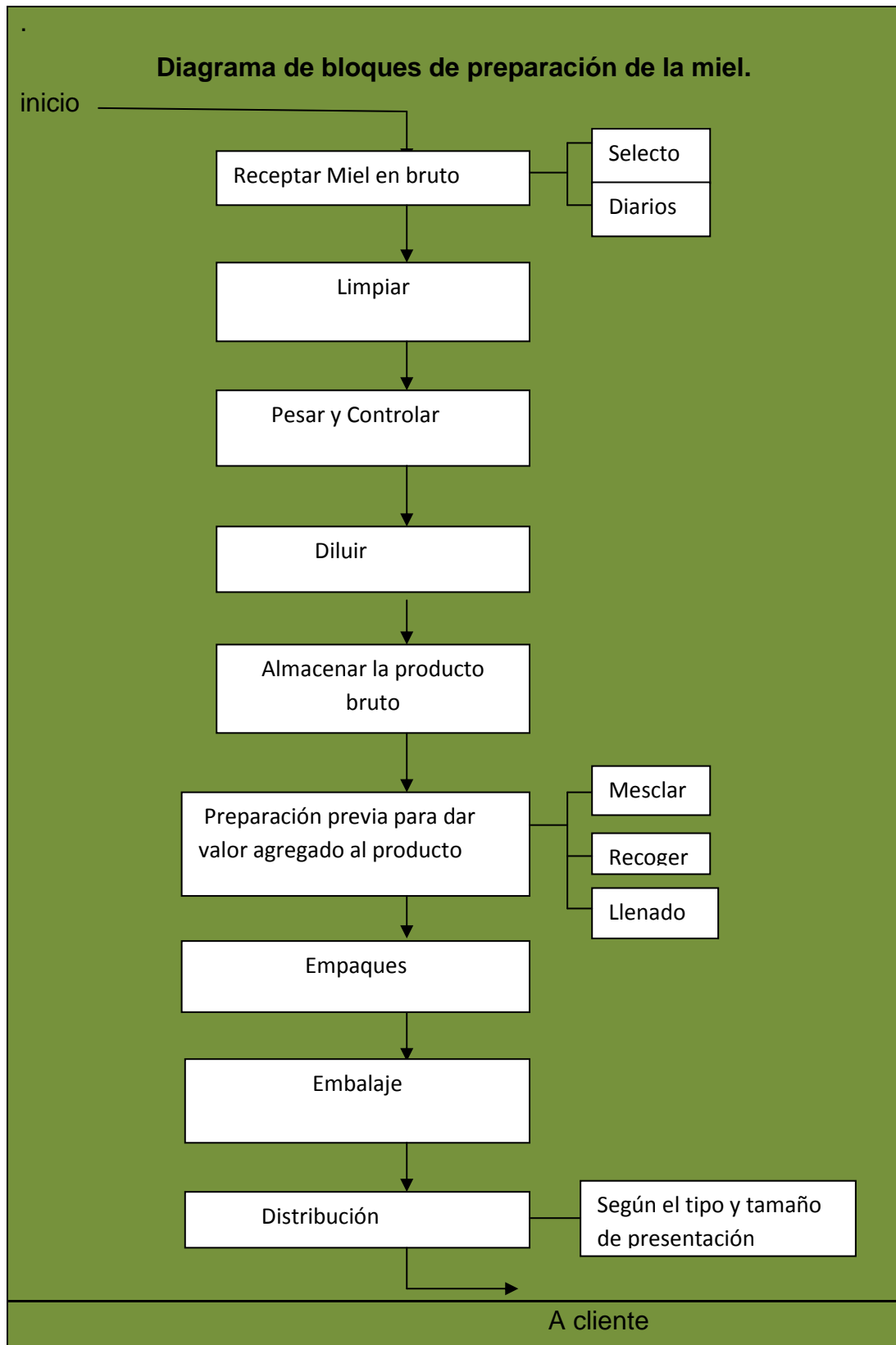
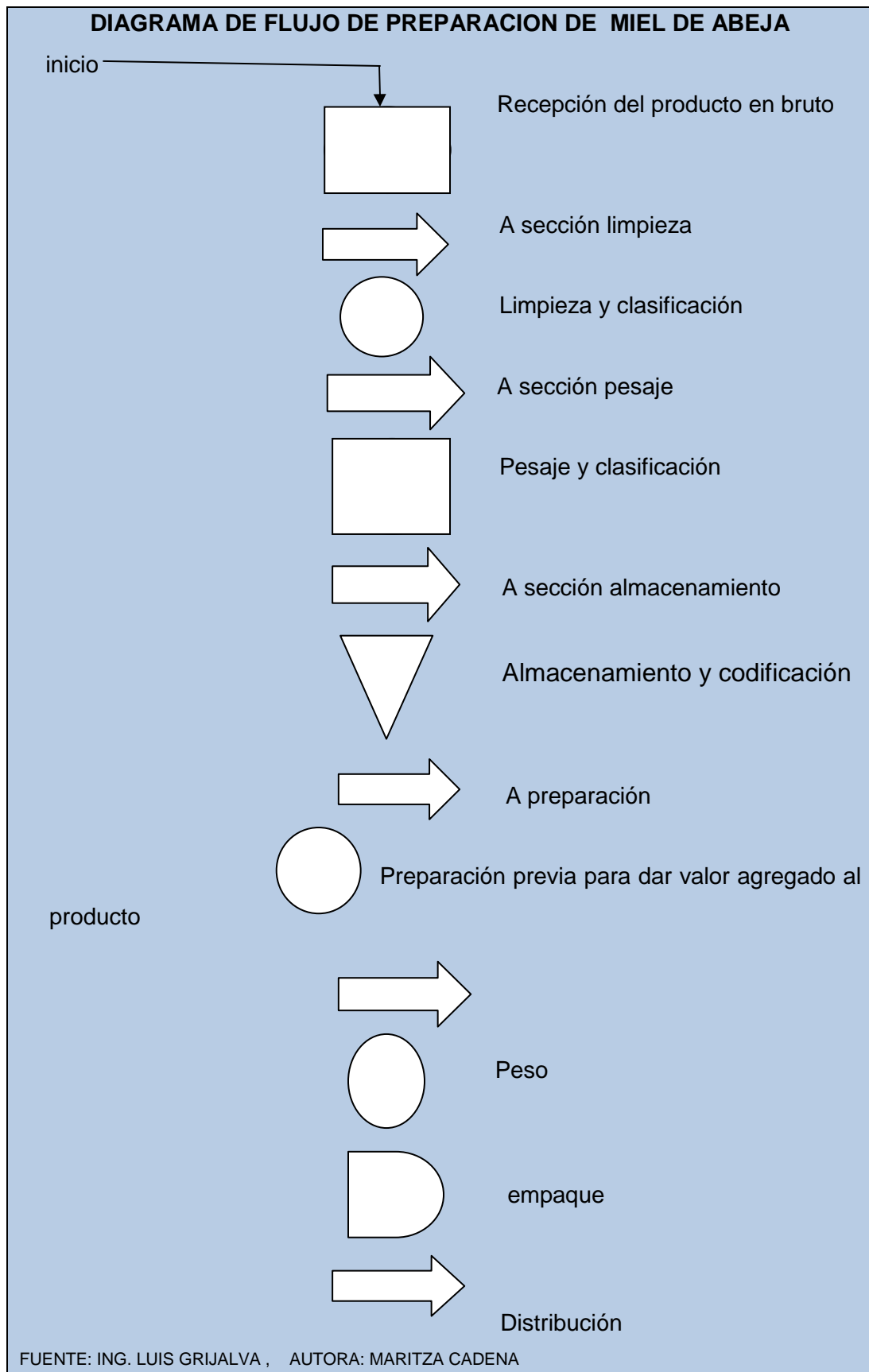


FIGURA NRO. 5



FUENTE : ING. LUIS GRIJALVA

FIGURA NRO, 6



4.5 Maquinaria y Equipo

Toda actividad de miel de abeja necesita disponer de una infraestructura.

Para desarrollar con éxito el trabajo en apicultura se necesita de un equipo aparte de las colmenas y los enjambres o colonias de abejas.

Éste equipo lo forman tres grandes grupos:

1. Material de protección personal como traje, careta guantes, calzado, ahumador.
2. Material de manejo, como rasquetas, levanta cuadros, cepillos, espuelas, transformador enjambreras.
3. Material de extracción de la miel como: cuchillos desoperculadores, bancos, peines, extractores, bidones
4. Otro utillaje y herramientas como: pulverizadoras de líquidos, soplete carretillas, plataformas rodantes, calderas de vapor, certificadores y secadores de polen.

4.5.1 Material de protección personal

En apicultura es necesario utilizar un equipo de protección dadas las características especiales con que se trabaja. El no uso de este equipo por parte de algunos apicultores no sólo ocasiona pérdida de abejas (las abejas mueren cuando utilizan su aguijón) si no también puede causar, incluso al apicultor más avezado, problemas serios de salud.

Requiere un exquisito mantenimiento y limpieza para evitar problemas de seguridad e incluso de sanidad animal.

a) Mono

Figura Nro. 7



Fuente :Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Debe ser amplio para facilitar los movimientos del apicultor en sus prácticas apícolas y a la vez impide una excesiva proximidad de las abejas con la piel del operario. El mono debe proporcionar, por su hechura, seguridad al apicultor y evitar en cuello, muñecas y tobillos que puedan entrar abejas. El color debe de ser claro con el fin de no irritar a las abejas y evitar las prendas, que por su constitución, no sean transpirables. Su confección tiene un valor de Usd. 250,00 y está en el presupuesto de inversión.

b) . Careta

Está formada por una estructura rígida que se adapta a la cabeza, que puede ser un sombrero o un bastidor de alambre, recubierto de una malla fina, gasa o tul que impide el acceso de las abejas.

Debe ser amplia, para evitar que el apicultor se sienta agobiado y la malla debe de ser de un material que impida que el calor que desprende el sahumador o el humo producido por el mismo la destruya.

Es importante tener en cuenta que la distancia que existe desde el órgano de visión del apicultor hasta la malla protectora impida ver los objetos con claridad.

c) Guantes

Figura Nro. 4



Fuente :Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Representan la parte del equipo destinada a la protección de las manos a las picaduras de las abejas

Estos están fabricados de diferentes materiales como plástico, cuero, goma, etc., siendo los más recomendables los de cuero por su buena protección y permitir la transpiración del sudor.

La amplitud de protección es variada prefiriendo los que llegan a proteger, con un elástico, hasta el codo.

d) Calzado

A ser posible debe ser alto y de un material ligero, de poco abrigo, fáciles de poner y quitar y cierre de cremallera.

e) Polainas

Se utilizan como complemento de protección a la zona de los tobillos. Están fabricadas, generalmente, de un material plástico de fácil manipulación.

f) Ahumador

Figura Nro. 9



Fuente :Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

El ahumador forma parte esencial del utillaje de manejo de las colmenas; se utiliza para reducir la agresividad de las abejas duran telas distintas operaciones de manejo en el colmenar.

El modelo más utilizado se compone de un fuelle unido a un cuerpo cilíndrico, con protección o no, que se une a una tapa cónica por una bisagra.

En el interior del cuerpo hay una rejilla sobre la cual se coloca el combustible, y recibe por la parte inferior el aire que el fuelle introduce en la cámara de combustión.

Los combustibles más empleados son hojarascas, acículas de pino, restos de sacos, orujo de uva y aceituna secos, paja de espliego, lavandin o romero.

También se puede emplear cartón ondulado que previamente, a su uso, se ha enrollado dándole el diámetro y la altura de la cámara de combustión del ahumador.

Cuando el ahumador está ya cargado y encendido, es interesante colocar encima una pequeña capa de hojas verdes o hierba, con objeto de que el humo salga algo más fresco.

4.5.2Material de manejo

El disponer de este material en correcto estado de conservación ayudará al apicultor a facilitar su tarea en condiciones siempre difíciles por la molestia que supone tener que trabajar equipado de tal forma que impide la facilidad de movimientos.

a) Rasqueta o espátula

Figura Nro. 10



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es un utensilio en forma de pletina, que uno de sus extremos esta doblado en ángulo recto y sirve para despegar la tapa cuadros de la caja, separar extrae y ahuecar los cuadros así como el raspado de propóleos, limpieza de ceras y fondos de colmenas.

La rasqueta debe ser de acero de buena calidad para evitar que ni se parta ni se doble a la hora de hacer palanca.

b) Levanta cuadros

Figura Nro. 11



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es una herramienta combinada (vástago y pinza) útil y práctico que permite despegar y sacar los cuadros sin estropearlos con una sola mano.

c) Cepillo

Figura Nro. 12



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es un peine de madera que tiene una amplia empuñadura y el resto una o dos filas de pelos largos y suaves. Se emplea fundamentalmente para el desabejado de los cuadros durante la cata y en las operaciones de multiplicación de las colonias de abejas.

d) Espuela

Figura Nro. 13



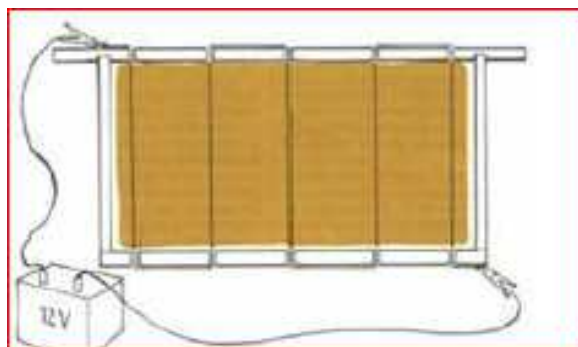
Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es una pequeña herramienta que sirve para fijar o soldar las láminas de cera estampada a los alambres de los cuadros. Consta de un mango de madera al que se adosa un prolongador metálico, llevando en el extremo una ruedecilla metálica dentada a modo de espuela.

Existe en el mercado otro tipo de espuelas en que el calentamiento se hace con una resistencia eléctrica. Es una herramienta en desuso, por la utilización de otros métodos más rápidos.

e) Transformador para encerar

Figura Nro. 14



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es un sistema, alternativo a la espuela, de encerar los cuadros empleando la corriente eléctrica.

Para ello se hace pasar la corriente a través del alambre del cuadro, haciendo ésta de resistencia y calentándose. Esta fuente de corriente puede provenir de un transformador conectado a la red y con salida de voltaje a 12 o 24 Voltios, para evitar riesgos o mediante una batería de coche.

f) Enjambra

Figura Nro. 15



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es un cesto de paja, esparto o mimbre, que tiene forma de tronco de cono, con un asa en la parte superior. La base debe tener un diámetro de unos 40 a 50 cm. Se puede utilizar para recoger enjambres, cuando estos se encuentran posados en sitios accesibles, para hacer trasiegos o particiones de colonias de abejas.

4.3.2.3 Material de extracción y procesado de la miel

En este apartado se incluyen el utillaje y las máquinas de extracción y procesado de la miel, como principal producto obtenido en la actividad apícola.

a) Cuchillos de desopercular

Figura Nro. 16



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Se trata de cuchillos especiales que tienen corte por los dos lados, pudiendo tener: los dos bordes lisos, los dos en forma de sierra y uno liso y otro de sierra. Las herramientas de este tipo más sencillas se calientan, para su correcto funcionamiento, en agua hirviendo.

Existen también cuchillos eléctricos que son muy cómodos, siendo necesario, para su utilización la corriente eléctrica.

b) Banco de desopercular

c) Figura Nro. 17



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Recipiente de forma cilíndrica o rectangular, y en su parte superior se acopla un dispositivo sobre el que se apoya el cuadro a desopercular.

La parte inferior del banco hay un filtro que retiene los opérculos y deja pasar la miel. Estos recipientes llevan en su parte inferior un grifo por el cual se recupera la miel.

c). **Desoperculadora**

El desoperculado se puede realizar de forma manual con cuchillos o mediante máquinas diseñadas para realizar este trabajo.

Existen diferentes modelos, unos manuales y otros automáticos en los que un mecanismo encargado de raspar el cuadro y quitar los opérculos dejando las celdillas abiertas.

d) **Peine de acero**

Figura Nro. 18



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Es una herramienta con una empuñadura que lleva acoplado un peine de púas de acero. Se utiliza para realizar el desoperculado manual de los cuadros pasando sus púas sobre los opérculos, o bien como herramienta complementaria de las desoperculadoras automáticas, para rematar las zonas que las celdillas no han sido abiertas por estas.

d) Extractores

Figura Nro. 19



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Son aparatos que se emplean para extraer la miel de los panales, una vez desoperculado. Para ello, se aprovecha la acción de la fuerza centrífuga.

Gracias a la fuerza centrífuga que se ejerce sobre ellos, mediante el movimiento de rotación, la miel se desprende del cuadro contra la pared interna del extractor, resbalando hasta el fondo del mismo, donde se va almacenando, saliendo ésta a través de un grifo que se encuentra en la parte inferior del extractor.

e) Decantadores/Maduradores

Figura Nro. 20



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Recipientes que permiten la separación espontánea de impurezas livianas. Es conveniente que lleven un filtro en la parte superior para retener las impurezas más gruesas como pueden ser trozos de cera, opérculos, abejas.

Este tipo de recipientes son utilizados en explotaciones pequeñas para el almacenaje de la miel, y el llenado de tarros.

Estos materiales serán de acero inoxidable, llevando un grifo tipo guillotina en la parte inferior para poder realizar el envasado con facilidad.

g) . Envasadora

Elemento importante en el procesado de la miel que permite realizar el llenado de tarros y envases con precisión.

h) . Bidones de almacenaje

Figura Nro. 21



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García , Autora: Maritza Cadena

Recipientes con capacidad de hasta 300 Kg. recubiertos interiormente con pinturas o resinas alimentarias y con tapa de cierre hermético. Estos bidones son los que se utilizan para almacenar la cosecha de miel.

4.3.2.4 Otro utillaje y herramientas

Existe en apicultura, como en otras actividades, un variado catálogo de elementos que están a disposición del apicultor cuya utilización está mediatizada por diversas razones entre las que se encuentran: el tamaño de la explotación, el tiempo que se dedique a ésta actividad, entre otros.

Indicamos algunos otros a los ya indicados anteriormente:

a) **Pulverizador de líquidos:**

Unifica olores en el manejo de enjambres, tratamientos farmacológicos y profilácticos, etc.

Figura Nro. 22



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

b) **Soplete:** Limpieza y desinfección de material

c) **Carretilla:** Transporta las alzas y otro material desde el colmenar al vehículo.

d) **Plataformas rodantes:** Transportan las alzas desde el vehículo a la zona de extracción.

e) **Caldera de vapor:**

Figura Nro. 23



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Funde la cera obtenida en el desoperculado y la de los cuadros que desechamos en la renovación de material.

f) **Cerificador solar:** Funde la cera, de diverso origen, empleando para ello la energía solar.

g) **Secador de polen:**

Figura Nro. 24



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

Elimina el exceso de humedad del polen obtenido por el apicultor hasta llegar a una humedad correcta.

h) **Bomba de trasiego:**

Transporta la miel, en la sala de extracción y procesamiento de miel, entre máquinas y/o envases.

i) **Centrifugadora de cera:**

Separa, por fuerza centrífuga, la cera de la miel de la mezcla obtenida en el desoperculado.

Podemos seguir con todo tipo de utillaje, que será tan numeroso como la imaginación del apicultor, que se esfuerza por realizar lo más cómodo posible su trabajo siempre complicado y realizado en condiciones Difíciles.

J) Bomba de paleta

La bombas es el elemento muy importante en la actualidad, por medio de las mismas se trasvasa la miel de un recipiente a otro. Son de baja revolución y el sistema a paleta de las mismas, permite que un elemento viscoso como la miel pueda fluir por cañerías. Tubos blancos.

Figura Nro. 25



Fuente: Cartilla Divulgación Félix García, Autora: Maritza Cadena

4.6. Obras Civiles

La microempresa de Producción de miel abeja estará distribuida de la siguiente manera:

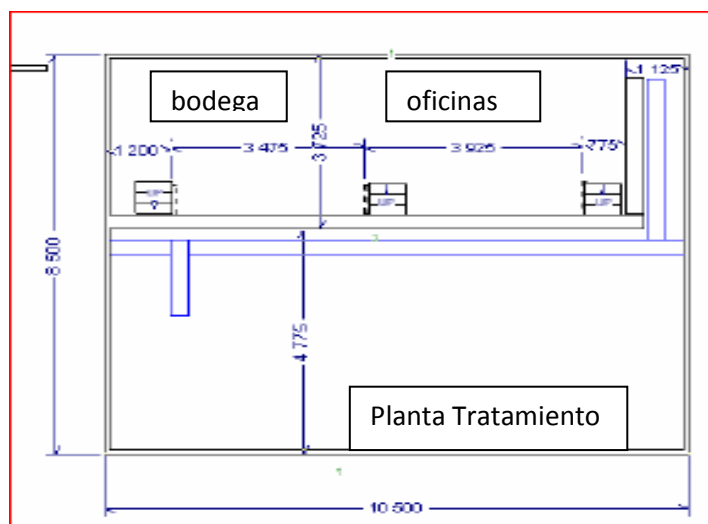
Área de administración, Área de cafetería, Área de preparación, Área de recreación, Área de parqueadero y Área de huerta- flores y frutas.

Los diseños de construcción de la infraestructura de la microempresa serán de cemento armado, ladrillo, madera y vidrio su arreglo será un poco rustico dando una apariencia ecológica, de campo que armonice el entorno dándole vida al sector. Para la construcción se dispone de los servicios básicos como: agua potable, luz eléctrica, alcantarillado y telefonía.

El terreno donde se va a construir e instalarse la microempresa tendrá un plano de 16 x10 metros cuadrados es igual a 160 m², de construcción donde está incluido una oficina de 5 x 10, dando un total de 50 m² , 30

metros 2 para bodega y baño y 80 metros² donde estará la planta de embasada de la miel de abeja.

Figura Nro. 21
Distribución de la Planta



Fuente: Arq. Ramiro López, Autora: Maritza Cadena

4.7. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.7.1. Presupuesto de inversión

Para el estudio de factibilidad de la creación de una microempresa industrializadora y comercializadora de miel de abeja se utilizarán estados financieros para demostrar la factibilidad del proyecto.

El financiamiento del presente proyecto se realizara a través de fondos propios y financiados.

4.7.1.1 Inversión Fija

A continuación se detalla los activos requeridos para la puesta en marcha del proyecto:

Cuadro Nro. 23 Terreno

| Terreno | | | |
|-------------|--------------|-------------|------------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | P. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Terreno | 1600 m2 | 8,00 | 12800,00 |
| | TOTAL | | 12.800,00 |

Elaboración : La Autora, Fuente : Ing. Victor Valarezo

Cuadro Nro. 24 Construcciones

| Construcciones | | | |
|----------------|--------------|-------------|------------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | P. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Construcciones | 160 m2 | 60,00 | 11200,00 |
| | TOTAL | | 11.200,00 |

Elaboración: Autora Fuente : Ing. Víctor Valarezo

Cuadro Nro. 25 Muebles y enseres

| Bienes Muebles y Enceres | | | |
|--------------------------|--------------|-------------|-----------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD | P. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Escritorio | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Archivador aéreo | 2 | 90,00 | 180,00 |
| Sillas de aluminio | 3 | 30,00 | 90,00 |
| Sillas de plástico | 7 | 20,00 | 140,00 |
| Mostrador Medianos | 2 | 140,00 | 280,00 |
| Mesitas | 2 | 20,00 | 40,00 |
| Rotulo Luminoso | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Basureros | 2 | 5,00 | 10,00 |
| | TOTAL | | 1.040,00 |

Fuente: Requisición de precios

Elaborado por La Autora

Cuadro Nro. 26, Equipo de Oficina

| Equipo de Oficina | | | |
|-------------------|--------------------------|-------------|---------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | P. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| | Teléfono Fax Inalámbrico | 1 | 230,00 |
| | DVD | 1 | 100,00 |
| | Televisor | 1 | 400,00 |
| | TOTAL | | 730,00 |

Fuente: Directa: Requisición de precios

Elaborado por La Autora

Cuadro Nro. 27 Equipos informáticos

| Equipos Informáticos | | | |
|----------------------|------------------------------|-------------|-----------------|
| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | P. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| | Computador Laptop | 1 | 500 |
| | Software para pago impuestos | 1 | 300 |
| | SITAC | | |
| | Impresora | 1 | 80 |
| | Infocus | 1 | 400 |
| | TOTAL | | 1.280,00 |

Fuente: Directa: Requisición de precios Elaborado por La Autora

Cuadro Nro. 28 Equipos de Seguridad

| Equipos de Seguridad | | | |
|----------------------|----------|----------------|-------------|
| DESCRIPCION | UNIDADES | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Extintor | 1 | 80 | 80 |
| Alarma de seguridad | 1 | 70 | 70 |
| TOTAL | | | 150 |

Fuente: Directa: Requisición de precios Elaborado por La Autora

Cuadro Nro. 29 Bienes de Producción

| Bienes de Producción | | | |
|--|----------|-------------|------------------|
| Bienes para la extracción de miel | | | |
| DESCRIPCION | CANTIDAD | P. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Tanque Acero inoxidable 200 Litros | 1 | 900,00 | 900,00 |
| Lavadora con motor 1HP | 1 | 300,00 | 300,00 |
| Estufa industrial de dos horillas | 1 | 420,00 | 420,00 |
| Mesas de metal 2 x 2 | 2 | 250,00 | 500,00 |
| Recipiente Acero Inoxidable (baño maría) | 1 | 500,00 | 500,00 |
| Colmenas | 200 | 230,00 | 46000,00 |
| Mono | 3 | 250,00 | 750,00 |
| Caretas | 3 | 45,00 | 135,00 |
| Polainas | 4 | 18,00 | 72,00 |
| Ahumador | 6 | 55,00 | 330,00 |
| Espatulas | 12 | 15,00 | 180,00 |
| Levanta Cuadros | 12 | 30,00 | 360,00 |
| Cepillos | 12 | 18,00 | 216,00 |
| Espuelas | 10 | 59,00 | 590,00 |
| Transformador para encerer | 1 | 550,00 | 550,00 |
| Enjambreira | 20 | 15,00 | 300,00 |
| Cuchillos de desopercular | 15 | 18,00 | 270,00 |
| Peines de acero | 15 | 18,00 | 270,00 |
| Extractores | 3 | 250,00 | 750,00 |
| Descantadores/maduradores | 2 | 350,00 | 700,00 |
| Pulverizadores de liquido | 2 | 350,00 | 700,00 |
| Sopletes | 4 | 220,00 | 880,00 |
| Carretillas | 4 | 75,00 | 300,00 |
| Bidones de almacenaje | 40 | 25,00 | 1000,00 |
| Embasadoras | 2 | 420,00 | 840,00 |
| Plataformas rodantes | 6 | 55,00 | 330,00 |
| Caldera rodante | 6 | 50,00 | 300,00 |
| Certificador solar | 3 | 65,00 | 195,00 |
| Secador de polen | 4 | 45,00 | 180,00 |
| Bomba de trasiego | 2 | 350,00 | 700,00 |
| Centrifuga de cera | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Bomba de paleta | 1 | 749,96 | 749,96 |
| TOTAL | | | 60.367,96 |

Fuente: Cartilla Divulgación Félix García , Elaborado por La Autora

4.7.2 CAPITAL DE TRABAJO

4.7.2.1 Inversión Variable

Entre los rubros que conforman este tipo de inversión, denominada también capital de trabajo, se encuentran:

a. Mano de obra directa

Comprende dos obreros, los cuales aportarán con el cuidado y limpieza de los panales como respectiva la extracción cosecha tratamiento y envase de mil de abeja.

Cuadro Nro. 30. Mano de Obra Directa

| Mano de Obra Directa | | | | | | | |
|----------------------|---------------|-----------------|------------|---------------|---------------|---------------------|----------|
| CARGO | SUELDO B. UN. | APORTE PATRONAL | F. RESERVA | DECIMO TERCER | DECIMO CUARTO | HORAS SUPL Y EXTRAS | TOTAL |
| Trabajador 1 | 264,00 | 32,08 | 22,00 | 22,00 | 22,00 | | 362,08 |
| Trabajador 2 | 264,00 | 32,08 | 22,00 | 22,00 | 22,00 | | 362,08 |
| TOTAL MENSUAL | 528,00 | 64,15 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 0,00 | 724,15 |
| TOTAL ANUAL | 6.336,00 | 769,82 | 528,03 | 528,00 | 528,00 | 0,00 | 8.689,85 |

Fuente: Directa Elaborado por La Autora

b. Materia prima directa

Comprende los rubros relacionados con materiales e insumos para la producción.

Dentro del rubro de materia prima se encuentran todos aquellos insumos que tienen que ver directamente o forman parte del producto.

Para la ejecución del proyecto la materia prima directa que se estima utilizar parafina para el mantenimiento de los panales.

Cuadro Nro. 31 Materia Prima Directa

| Materia Prima | | | | |
|-----------------|----------------|----------|-------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Parafina (cera) | Kilos | 1500 | 1,20 | 1.800,00 |
| TOTAL | | | | 1.800,00 |

Fuente: Directa Elaborado por La Autora

c. Costos Indirectos de Producción

Está relacionado con Combustibles para el funcionamiento de los equipos; además envases, etiquetas y materiales extras que están destinados al tratamiento final del producto:

Cuadro Nro. 32 Resumen Costos Indirectos de Producción

| Proyección Costos Indirectos de Producción | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Materiales de Producción | 1.760,00 | 2.000,47 | 2.273,79 | 2.584,46 | 2.937,58 |
| Combustibles | 197,40 | 224,37 | 255,03 | 289,87 | 329,48 |
| Depreciación Bienes Producción | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 |
| TOTAL | 7.994,20 | 8.261,64 | 8.565,62 | 8.911,13 | 9.303,85 |

Fuente: Directa: Requisición de precios Elaborado por La Autora

Capital de Trabajo

Cuadro Nro. 33 Capital de Trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | | | |
|--|-----------------|-----------------|------------------|
| | | | |
| Resumen de Capital de Trabajo | | | |
| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | TRIMESTRE | ANUAL |
| Proyección Costos Indirectos de Producción | 1.037,27 | 3.111,81 | 12.447,25 |
| Proyección de Gastos Administrativos | 939,50 | 2.818,49 | 11.273,97 |
| Proyección de Gastos de Ventas | 500,58 | 1.501,73 | 6.006,93 |
| TOTAL | 2.477,35 | 7.432,04 | 29.728,15 |

Fuente: Directa Elaborado por La Autora

El Capital de trabajo está calculado para tres meses para asegurar el desarrollo del proyecto desde el primer año.

4.7.3 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

La inversión total que se necesita para la producción de miel de abeja es la siguiente:

Cuadro Nro. 34 Resumen de Inversiones

| RESUMEN DE INVERSIONES | |
|--------------------------------------|------------------|
| ACTIVOS | VALOR |
| Bienes para la Administración | |
| Terreno | 12.800.00 |
| Construcciones | 11.200.00 |
| Bienes Muebles y Enseres | 1.040.00 |
| Equipo de Oficina | 730.00 |
| Equipos Informáticos | 1.280.00 |
| Equipos de Seguridad | 150.00 |
| Subtotal | 27.200.00 |
| Bienes Para la Producción | |
| Bienes para la extracción de miel | 60.367.96 |
| Capital de Trabajo | 7.432.04 |
| TOTAL USD..... | 95.000.00 |

Fuente: Directa , Elaborado por La Autora

4.7.4 Financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento donde el 63.16 % es aporte propio y el 36.84 % es financiado con crédito.

Cuadro Nro. 35 Financiamiento

| DESCRIPCION | VALOR | % |
|----------------|------------------|---------------|
| Capital Propio | 60.000,00 | 63,16 |
| Prestamo | 35.000,00 | 36,84 |
| TOTAL | 95.000,00 | 100,00 |

Fuente: Directa Elaborado por La Autora

4.7.5 Determinación de la mano de obra

La nueva unidad productiva requiere de mano de obra especializada y capacitada en el área de Apicultura, para seguir de esta forma la producción. El personal necesario para realizar las distintas actividades de la Microempresa será el siguiente:

Cuadro Nro. 36 Determinación de la Mano de Obra

| CARGO | SUELDO BÁSICO |
|-----------------------|---------------|
| PRODUCCION | |
| Trabajador 1 | 264,00 |
| Trabajador 2 | 264,00 |
| ADMINISTRACION | |
| Gerente | 350,00 |
| Contador (a) | 264,00 |
| VENTAS | |
| Vendedor | 264,00 |

Fuente : Directa , Elaborado por La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El estudio Económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.2.1 Presupuesto de Ingresos por ventas

Para la determinación del ingreso por ventas, se estableció el volumen de ventas y el precio de venta obtenido del estudio de mercado, cuyos valores son:

Cuadro Nro.47 Presupuesto De Ingresos

| PROYECCION DE VENTAS ANUALES | | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| VENTA DE MIEL DE ABEJA POR LITROS | | | | | |
| RUBROS | AÑO 2011 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 |
| Cantidad | 4500 | 4950 | 5445 | 5990 | 6588 |
| Precio | 8 | 8,27 | 8,54 | 8,83 | 9,12 |
| Subtotal | 36.000 | 40.919 | 46.509 | 52.864 | 60.087 |
| VENTA DE MIEL DE ABEJA POR MEDIOS LITROS | | | | | |
| Cantidad | 5000 | 5500 | 6050 | 6655 | 7321 |
| Precio | 4 | 4,13 | 4,27 | 4,41 | 4,56 |
| Subtotal | 20.000 | 22.733 | 25.839 | 29.369 | 33.382 |
| PROYECCION DE MIEL DE ABEJA POR 1/4 DE LIRTO | | | | | |
| Cantidad | 4000 | 4400 | 4840 | 5324 | 5856 |
| Precio | 2 | 2,07 | 2,14 | 2,21 | 2,28 |
| Subtotal | 8.000 | 9.093 | 10.335 | 11.748 | 13.353 |
| TOTAL | 64.000 | 72.744 | 82.683 | 93.980 | 106.821 |
| NRO LITROS | 8000 | 8800 | 9680 | 10648 | 11713 |

Elaborado por La Autora Fuente Estudio de Mercado

De acuerdo al estudio de mercado de encuestas y entrevistas principalmente a la Cámara de la Pequeña Industria y consultas por Internet su precio de mercado es de Usd. 8,00. y el aumento del precio es de 3,33 % de acuerdo a la inflación anual.

Cuadro Nro. 38 Total de Ventas

| TOTAL DE VENTAS | | | | | |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| RUBRO | año 2011 en Usd. | año 2012 en Usd. | año 2013 en Usd. | año 2014 en Usd. | año 2015 en Usd. |
| Miel por litros | 36.000 | 40.919 | 46.509 | 52.864 | 60.087 |
| Miel por medios litros | 20.000 | 22.733 | 25.839 | 29.369 | 33.382 |
| Miel por cuatros de litro | 8000.00 | 9093.04 | 10335.42 | 11747.55 | 13352.62 |
| Total | 64.000 | 72.744 | 82.683 | 93.980 | 106.821 |

Elaborado por La Autora

5.2.2. Presupuesto de Egresos

Los costos de producción son necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipo y otros. Está formado por tres elementos que son: Materia Prima, Mano de Obra Directa y Gastos Generales de Fabricación.

Los costos utilizados en la fabricación son recuperables en el momento de la venta del producto, siempre y cuando su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario es eminente la pérdida

5.2.2.1 Materia Prima directa

En el proceso de producción, es el elemento más importante, constituyendo para el mantenimiento y creación de nuevos panales, se estampa la cera y cuando está deteriorada se cambia, es indispensable para la polinización de las abejas, esta labor lo realizará los obreros a contratarse.

Cuadro Nro. 39 Materia Prima

| Materia Prima | | | | |
|-----------------|----------------|----------|-------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Parafina (cera) | Kilos | 1500 | 1,20 | 1.800,00 |
| TOTAL | | | | 1.800,00 |

Elaborado por La Autora

Cuadro Nro. 40 Proyección Materia Prima

| Proyección Materia Prima | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Parafina (cera) | 1.800,00 | 2.045,93 | 2.325,47 | 2.643,20 | 3.004,34 |
| TOTAL | 1.800,00 | 2.045,93 | 2.325,47 | 2.643,20 | 3.004,34 |
| Proyección por litro de Materia Prima | 0,23 | 0,23 | 0,24 | 0,25 | 0,26 |

Elaborado por La Autora

5.2.2.2. Mano de obra Directa.

La microempresa requiere de dos obreros que hayan trabajado como trabajadores de extracción y mantenimiento de panales de miel de abeja, los cuales van a recibir una remuneración mensual, que comprende: Salario y los componentes salariales como: Sueldo Básico, Aporte Patronal, Fondo de reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo. Este tipo de trabajador comprende aquellos que extraen la miel y mantienen los panales.

Cuadro Nro. 41 Mano De Obra Directa

| Mano de Obra Directa | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|-----------------|
| CARGO | SUELDO B. UN. | APORTE PATRONAL | F. RESERVA | DECIMO TERCER | DECIMO CUARTO | HORAS SUPL Y EXTRAS | TOTAL |
| Trabajador 1 | 264,00 | 32,08 | 22,00 | 22,00 | 22,00 | | 362,08 |
| Trabajador 2 | 264,00 | 32,08 | 22,00 | 22,00 | 22,00 | | 362,08 |
| TOTAL MENSUAL | 528,00 | 64,15 | 44,00 | 44,00 | 44,00 | 0,00 | 724,15 |
| TOTAL ANUAL | 6.336,00 | 769,82 | 528,03 | 528,00 | 528,00 | 0,00 | 8.689,85 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 42 Proyección de la Mano de Obra

| CARGO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Mano de Obra Directa | 8.689,85 | 8.979,22 | 9.278,23 | 9.587,20 | 9.906,45 |
| | | | | | |
| TOTAL | 8.689,85 | 8.979,22 | 9.278,23 | 9.587,20 | 9.906,45 |
| Proyección Mano de obra po litro | 1,09 | 1,02 | 0,96 | 0,90 | 0,84 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2.3. Costos indirectos de Fabricación.-

Para la empresa de microempresa se consideran como costos indirectos los embases y los combustibles para el normal del equipo de extracción de miel de abeja.

Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del 3.33 %, de acuerdo a la inflación a diciembre del 2.010.

Cuadro Nro. 43 Materiales de Producción

| Materiales de Producción | | | | |
|--------------------------|----------------|----------|-------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Botellas | Litro | 4000 | 0,20 | 800,00 |
| Botellas | Medio litro | 4000 | 0,10 | 400,00 |
| Botellas | 1/4 Litro | 4000 | 0,04 | 160,00 |
| Etiquetas | Unidad | 12000 | 0,03 | 400,00 |
| TOTAL | | | | 1.760,00 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 44 Combustibles

| Combustibles | | | | |
|--------------|----------------|----------|-------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Aceite | Litro | 12 | 2,50 | 30,00 |
| Gasolina | Galones | 12 | 1,45 | 17,40 |
| Gas | Bombonas | 12 | 12,50 | 150,00 |
| TOTAL | | | | 197,40 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 45 Proyección de Costos Indirectos de Producción

| Proyección Costos Indirectos de Producción | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Materiales de Producción | 1.760,00 | 2.000,47 | 2.273,79 | 2.584,46 | 2.937,58 |
| Combustibles | 197,40 | 224,37 | 255,03 | 289,87 | 329,48 |
| Depreciación Bienes Producción | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 |
| TOTAL | 7.994,20 | 8.261,64 | 8.565,62 | 8.911,13 | 9.303,85 |
| Costos indirectos de producción por litro | 1,00 | 0,94 | 0,88 | 0,84 | 0,79 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2.4. Proyección de Costos de Producción

En cuanto se refiere a los costos de producción estará conformado por materia, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Producción, que en resumen están proyectados de acuerdo al siguiente detalle:

Cuadro Nro. 46 Proyección de Costos de Producción

| Proyección Costos de Producción | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Materia Prima | 1.800,00 | 2.045,93 | 2.325,47 | 2.643,20 | 3.004,34 |
| Proyección Costos Indirectos de Producción | 7.994,20 | 8.261,64 | 8.565,62 | 8.911,13 | 9.303,85 |
| Mano de Obra Directa | 8.689,85 | 8.976,62 | 9.272,85 | 9.578,85 | 9.894,95 |
| TOTAL | 18.484,05 | 19.284,19 | 20.163,93 | 21.133,18 | 22.203,14 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 47 Proyección de Miel de abeja por Litros

| Proyección de precios de miel de abeja | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| RUBROS | AÑO 2011 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 |
| NRO LITROS | 8000 | 8800 | 9680 | 10648 | 11713 |
| TOTAL | 8000 | 8800 | 9680 | 10648 | 11713 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 48 Proyección de Costos de Producción por litro
(unidad)

| Proyección Costos de Producción por litro | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Materia Prima | 0,23 | 0,23 | 0,24 | 0,25 | 0,26 |
| Mano de Obra Directa | 1,09 | 1,02 | 0,96 | 0,90 | 0,84 |
| Proyección Costos Indirectos | 1,00 | 0,94 | 0,88 | 0,84 | 0,79 |
| TOTAL | 2,31 | 2,19 | 2,08 | 1,98 | 1,90 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2.5. Costos de distribución

a. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal, y, los suministros y servicios básicos con un incremento por inflación del 3.33% para cada año.

Cuadro Nro. 49 Sueldos Administrativos

| Sueldos Administrativos | | | | | | | |
|-------------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|------------------|
| CARGO | SUELDO B. UN. | APORTE PATRONAL | F. RESERVA | DECIMO TERCER | DECIMO CUARTO | HORAS SUPL Y EXTRAS | TOTAL |
| GERENTE | 350,00 | 42,53 | 29,16 | 29,17 | 22,00 | | 472,85 |
| CONTADOR (A) | 264,00 | 32,08 | 22,00 | 22,00 | 22,00 | | 362,08 |
| TOTAL MENSUAL | 614,00 | 74,60 | 51,16 | 51,17 | 44,00 | 0,00 | 834,92 |
| TOTAL ANUAL | 7.368,00 | 895,21 | 613,86 | 614,00 | 528,00 | 0,00 | 10.019,07 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 50 Proyección de Sueldos Administrativos

| CARGO | AÑO 2011 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| PER. ADMINISTRATIVO | 10.019.07 | 10.352.71 | 10.697.45 | 11.053.68 | 11.421.76 |
| TOTAL | 10.019.07 | 10.352.71 | 10.697.45 | 11.053.68 | 11.421.76 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro.51 Gastos de Limpieza

| Gastos de Limpieza | | | | |
|--------------------|----------------|----------|-------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Escoba | Unidad | 3 | 2,50 | 7,50 |
| Trapeador | Unidad | 3 | 3,00 | 9,00 |
| Recogedor | Unidad | 3 | 3,00 | 9,00 |
| Desinfectante | Galones | 4 | 4,00 | 16,00 |
| Polvax | Galones | 3 | 6,00 | 18,00 |
| Vileda | Unidad | 6 | 1,20 | 7,20 |
| TOTAL | | | | 66,70 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 52 Suministros y Materiales

| Suministros y Materiales | | | | |
|--------------------------|-----------------|----------|-------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | CANTIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Carpetas | Unidad | 18 | 0,50 | 9,00 |
| Grapadora | Unidad | 1 | 13,00 | 13,00 |
| Perforadora | Unidad | 1 | 15,00 | 15,00 |
| Esferos Gráficos | Caja | 2 | 6,80 | 13,60 |
| Resma de Hojas | Resmas | 3 | 4,20 | 12,60 |
| Facturero | Libretin 100 f. | 1 | 9,50 | 9,50 |
| TOTAL | | | | 63,20 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 53 Servicios Básicos

| Servicios Básicos | | | |
|-------------------|----------------|---------------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | TIPO DE MEDIDA | V. UNITARIO mensual | V. TOTAL |
| Energía eléctrica | Kw/h | 25,00 | 300,00 |
| Agua potable | M ³ | 5,00 | 60,00 |
| Telefono | Minutos | 20,00 | 240,00 |
| TOTAL | | 50,00 | 600,00 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 54 Gastos de Constitución

| Gatos Cosntitución | | |
|--------------------|---------------------------|----------|
| Nº | DETALLE | CANTIDAD |
| 1 | Permiso de funcionamiento | 255 |
| 2 | Permiso de Bomberos | 50 |
| 3 | Permiso de Sanidad | 20 |
| 4 | Capacitación | 200 |
| TOTAL | | 525 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 55 Resumen Gastos Administrativos

| Resumen de Gastos Administrativos | | | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | TRIMESTRE | ANUAL |
| Gastos de Limpieza | 5,56 | 16,68 | 66,70 |
| Suministros y Materiales | 5,27 | 15,80 | 63,20 |
| Servicios Básicos | 50,00 | 150,00 | 600,00 |
| Gatos Cosntitución | 43,75 | 131,25 | 525,00 |
| TOTAL | 104,58 | 313,73 | 1.254,90 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 56 Proyección Gastos Administrativos

| Proyeccion de Gastos Administrativos | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO5 |
| Gastos de Limpieza | 66,70 | 68,92 | 71,22 | 73,59 | 76,04 |
| Suministros y Materiales | 63,20 | 65,30 | 67,48 | 69,73 | 72,05 |
| Servicios Básicos | 600,00 | 619,98 | 640,63 | 661,96 | 684,00 |
| Gatos Cosntitución | 525,00 | | | | |
| TOTAL | 1.254,90 | 754,21 | 779,32 | 805,27 | 832,09 |

Elaborado por: La Autora

b. Gasto Ventas

Se prevé realizar un plan estratégico para la venta de miel de abeja se contrate a un vendedor l y se requiera gastos de publicidad y propaganda.

Cuadro Nro. 57 Sueldos Ventas

| Sueldos de Ventas | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|-----------------|
| CARGO | SUELDO B. UN. | APORTE PATRONAL | F. RESERVA | DECIMO TERCER | DECIMO CUARTO | HORAS SUPL Y EXTRAS | TOTAL |
| Vendedor 1 | 264,00 | 32,08 | 21,99 | 22,00 | 22,00 | | 362,07 |
| TOTAL MENSUAL | 264,00 | 32,08 | 21,99 | 22,00 | 22,00 | | 362,07 |
| TOTAL ANUAL | 3.168,00 | 384,91 | 263,89 | 264,00 | 264,00 | | 4.344,81 |

Elaborado por: La AutorA

Cuadro Nro. 58 Proyección de Sueldos Ventas

| CARGO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldos de Ventas | 4.344,81 | 4.489,49 | 4.638,99 | 4.793,47 | 4.953,09 |
| TOTAL | 4.344,81 | 4.489,49 | 4.638,99 | 4.793,47 | 4.953,09 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro. 59 Gastos de Publicidad

| PUBLICIDAD | | | |
|---------------------|----------|-------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | UNIDAD | V. UNITARIO | V. TOTAL |
| Hojas Volantes | 1.800,00 | 0,10 | 180,00 |
| Radio | 200,00 | 6,01 | 1.202,12 |
| Afiches | 500,00 | 0,50 | 250,00 |
| Tarjetas Personales | 200 | 0,15 | 30,00 |
| TOTAL | | | 1.662,12 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nro.60 Proyección de Gastos Ventas

| Resumen de Gastos de Ventas | | | | | |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Publicidad | 1.662,12 | 1.717,47 | 1.774,66 | 1.833,76 | 1.894,82 |
| TOTAL | 1.662,12 | 1.717,47 | 1.774,66 | 1.833,76 | 1.894,82 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2.6. Las Depreciaciones

Las depreciaciones están calculadas en concordancia a la última Ley de Régimen Tributario:

Cuadro Nro. 61 Resumen de Gastos de Depreciación+ Resumen Depreciaciones de Costos

| RESUMEN GASTO DEPRECIACION | | | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| N° | DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | DEPRE. ACUMU. | SALDO LIBROS |
| | Administrativos | | | | | | | |
| 1 | Terreno | | | | | | | |
| 2 | Construcciones | 560,00 | 560,00 | 560,00 | 560,00 | 560,00 | 2.800,00 | 8.400,00 |
| 3 | Bienes Muebles y Enseres | 104,00 | 104,00 | 104,00 | 104,00 | 104,00 | 520,00 | 520,00 |
| 4 | Equipo de Oficina | 73,00 | 73,00 | 73,00 | 73,00 | 73,00 | 365,00 | 365,00 |
| 5 | Equipos Informáticos | 426,62 | 426,62 | 426,62 | | - | 1.279,87 | 0,13 |
| 6 | Equipos de Seguridad | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 75,00 | 75,00 |
| | Subtotal | 1.178,62 | 1.178,62 | 1.178,62 | 752,00 | 752,00 | 5.039,87 | 9.360,13 |
| | Bienes Para la Producción | | | | | | | |
| 1 | Bienes para la extracción de miel | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 30.183,98 | 30.183,98 |
| | Subtotal | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 6.036,80 | 30.183,98 | 30.183,98 |
| | | | | | | | | |
| | TOTAL | 7.215,42 | 7.215,42 | 7.215,42 | 6.788,80 | 6.788,80 | 35.223,85 | 39.544,11 |

Elaborado por: La Autora

5.3 GASTO FINANCIERO

Para que la Microempresa entre en funcionamiento se requiere de un capital de \$ 95.000,00 de los cuales el 47.37% se financia con recurso propios esto es \$ 60.000,00 y el 63.13 % ese financiará con recursos externos mediante un crédito bancario de \$ 35.000, a un plazo de cinco años con una tasa de interés del 12% anual, los pagos se los hará en forma mensual. Las condiciones son: es un crédito hipotecario con dos garantes y un pago mensual de Usd. 778,56 incluido los intereses a un plazo de 5 años al 12 % de interés anual.

CUADRO NRO. 62 ,REQUISITOS PARA TRAMITAR CREDITO BNF.

| |
|---|
| <i>Persona Natural o Jurídica con calificación A, B ò C en el BNF si el monto del préstamo es hasta \$50000; a partir de \$ 50001 con calificación A ò B en el BNF.</i> |
| <i>Solicitud de crédito.</i> |
| <i>Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación del deudor, conyugue y garante según el caso.</i> |
| <i>Copia del R.U.C o RISE.</i> |
| <i>Declaraciones al SRI.</i> |

| |
|---|
| <i>Estado de situación Financiera personal o copia de balance presentado a la Superintendencia de Compañías del último año.</i> |
| <i>Proformas casas comerciales y/o proveedores de los bienes a invertirse con el crédito.</i> |
| <i>Cuenta corriente o de ahorros activa en el BNF.</i> |
| <i>Garantía prendaria y/o hipotecaria no inferior al 12% del valor del préstamo.</i> |
| <i>Prestamos sobre los \$100000, Estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.</i> |
| <i>Para préstamos con garantía hipotecaria, Certificado del Registro de la Propiedad, Copia de Escritura de Propiedad del bien, copia del pago del impuesto predial del año en curso.</i> |
| <i>Referencias Bancarias.</i> |
| <i>Copia de planilla de servicios básicos; luz, agua, o teléfono tanto para el cliente como para el garante.</i> |

Fuente: BNF

Crédito : Monto: USD. 35.000,00, Interés 12 % Plazo : 5 años

| | | |
|--|---|--------|
| $VP = \frac{VF \times i \times (i \times 1)^n}{[(1+i)^n - 1]}$ | | |
| $VP = \frac{35000 \times 0,1 \times (1+0,1)^5}{[(1+0,1)^5 - 1]}$ | = | 778,56 |

Cuadro Nro. 63 Gastos Financieros

| NRO | VALOR PRESENTE | INTERES | SALDO SOLUTO | SALDO INSOLUTO |
|-----|----------------|---------|--------------|----------------|
| 1 | 778,56 | 350,00 | 428,56 | 34.571,44 |
| 2 | 778,56 | 345,71 | 432,85 | 34.138,59 |
| 3 | 778,56 | 341,39 | 437,17 | 33.701,42 |
| 4 | 778,56 | 337,01 | 441,55 | 33.259,87 |
| 5 | 778,56 | 332,60 | 445,96 | 32.813,91 |
| 6 | 778,56 | 328,14 | 450,42 | 32.363,49 |
| 7 | 778,56 | 323,63 | 454,93 | 31.908,57 |
| 8 | 778,56 | 319,09 | 459,47 | 31.449,09 |
| 9 | 778,56 | 314,49 | 464,07 | 30.985,02 |
| 10 | 778,56 | 309,85 | 468,71 | 30.516,31 |
| 11 | 778,56 | 305,16 | 473,40 | 30.042,92 |
| 12 | 778,56 | 300,43 | 478,13 | 29.564,79 |
| 13 | 778,56 | 295,65 | 482,91 | 29.081,87 |
| 14 | 778,56 | 290,82 | 487,74 | 28.594,13 |
| 15 | 778,56 | 285,94 | 492,62 | 28.101,51 |
| 16 | 778,56 | 281,02 | 497,54 | 27.603,97 |

| | | | | |
|----|--------|--------|--------|-----------|
| 17 | 778,56 | 276,04 | 502,52 | 27.101,45 |
| 18 | 778,56 | 271,01 | 507,55 | 26.593,90 |
| 19 | 778,56 | 265,94 | 512,62 | 26.081,28 |
| 20 | 778,56 | 260,81 | 517,75 | 25.563,54 |
| 21 | 778,56 | 255,64 | 522,92 | 25.040,61 |
| 22 | 778,56 | 250,41 | 528,15 | 24.512,46 |
| 23 | 778,56 | 245,12 | 533,44 | 23.979,02 |
| 24 | 778,56 | 239,79 | 538,77 | 23.440,25 |
| 25 | 778,56 | 234,40 | 544,16 | 22.896,09 |
| 26 | 778,56 | 228,96 | 549,60 | 22.346,50 |
| 27 | 778,56 | 223,46 | 555,10 | 21.791,40 |
| 28 | 778,56 | 217,91 | 560,65 | 21.230,75 |
| 29 | 778,56 | 212,31 | 566,25 | 20.664,50 |
| 30 | 778,56 | 206,65 | 571,91 | 20.092,59 |
| 31 | 778,56 | 200,93 | 577,63 | 19.514,95 |
| 32 | 778,56 | 195,15 | 583,41 | 18.931,54 |
| 33 | 778,56 | 189,32 | 589,24 | 18.342,30 |
| 34 | 778,56 | 183,42 | 595,14 | 17.747,16 |
| 35 | 778,56 | 177,47 | 601,09 | 17.146,07 |
| 36 | 778,56 | 171,46 | 607,10 | 16.538,97 |
| 37 | 778,56 | 165,39 | 613,17 | 15.925,80 |
| 38 | 778,56 | 159,26 | 619,30 | 15.306,50 |
| 39 | 778,56 | 153,07 | 625,49 | 14.681,01 |
| 40 | 778,56 | 146,81 | 631,75 | 14.049,26 |
| 41 | 778,56 | 140,49 | 638,07 | 13.411,19 |
| 42 | 778,56 | 134,11 | 644,45 | 12.766,74 |
| 43 | 778,56 | 127,67 | 650,89 | 12.115,85 |
| 44 | 778,56 | 121,16 | 657,40 | 11.458,45 |
| 45 | 778,56 | 114,58 | 663,98 | 10.794,47 |
| 46 | 778,56 | 107,94 | 670,62 | 10.123,86 |
| 47 | 778,56 | 101,24 | 677,32 | 9.446,53 |
| 48 | 778,56 | 94,47 | 684,09 | 8.762,44 |
| 49 | 778,56 | 87,62 | 690,94 | 8.071,50 |
| 50 | 778,56 | 80,72 | 697,84 | 7.373,66 |
| 51 | 778,56 | 73,74 | 704,82 | 6.668,84 |
| 52 | 778,56 | 66,69 | 711,87 | 5.956,96 |
| 53 | 778,56 | 59,57 | 718,99 | 5.237,97 |
| 54 | 778,56 | 52,38 | 726,18 | 4.511,79 |
| 55 | 778,56 | 45,12 | 733,44 | 3.778,35 |
| 56 | 778,56 | 37,78 | 740,78 | 3.037,57 |
| 57 | 778,56 | 30,38 | 748,18 | 2.289,39 |
| 58 | 778,56 | 22,89 | 755,67 | 1.533,72 |
| 59 | 778,56 | 15,34 | 763,22 | 770,50 |

| | | | | |
|----------------|------------------|------------------|------------------|-------|
| 60 | 778,56 | 8,06 | 770,50 | -0,00 |
| TOTALES | 46.713,60 | 11.713,60 | 35.000,00 | |

Elaborado por: La Autora, Fuente BNF

Cuadro Nro. 64 Resumen de Gastos Financieros

| TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO | | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| INTERES | 3.907,51 | 3.218,19 | 2.441,44 | 1.566,19 | 580,28 | 11713,60 |
| CAPITAL | 5.435,21 | 6.124,53 | 6.901,28 | 7.776,53 | 8.762,44 | 35.000,00 |
| TOTAL | 9.342,72 | 9.342,72 | 9.342,72 | 9.342,72 | 9.342,72 | 46.713,60 |

Elaborado por: La Autora

5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.4.1. Estado de situación inicial

Para el Balance General se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la micro empresa.

. Balance General Inicial

Según **CASTILLO, Patricio (2006) pág. 1 manifiesta** “El Balance General debe incluir y presentar de forma adecuada todos los activos, pasivos y clases de propietarios del patrimonio, en forma establecida en los principios de Contabilidad vigentes en el país. Se define como un documento básico de Contabilidad en el que se resume la información y se presunta la situación financiera a una fecha determinada”.

Cuadro Nro. 65 Balance Situación inicial Proforma

| BALANCE GENERAL | | | |
|-----------------------------------|------------------|----------------------------------|------------------|
| ACTIVOS | | PASIVOS | |
| ACTIVO CORRIENTE | 7.432,04 | PASIVO LARGO PLAZO | 35.000,00 |
| <u>Activos disponibles</u> | <u>7.432,04</u> | Documentos por pagar | 35.000,00 |
| Caja-Bancos | 7.432,04 | | |
| | | | |
| ACTIVO FIJO | 87.567,96 | TOTAL PASIVO | 35.000,00 |
| <u>Administrativos</u> | | | |
| Terreno | 12.800,00 | | |
| Construcciones | 11.200,00 | | |
| Bienes Muebles y Enseres | 1.040,00 | | |
| Equipo de Oficina | 730,00 | | |
| Equipos Informáticos | 1.280,00 | | |
| Equipos de Seguridad | 150,00 | | |
| <u>Producción</u> | | PATRIMONIO | 60.000,00 |
| Bienes para la extracción de miel | 60.367,96 | Capital Propio | 60.000,00 |
| Cuadro Nro. 23 Pres. Inversión | | TOTAL PATRIMONIO | 60.000,00 |
| | | | |
| TOTAL ACTIVO | 95.000,00 | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 95.000,00 |

Elaborado por: La Autora

5.4.2. Estado de Resultados con financiamiento

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que el vivero generará en cada año de la vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 66.-Balance de Pérdidas o Ganancias Proyectado

| Proyección Costos de Producción | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Materia Prima | 1.800,00 | 2.045,93 | 2.325,47 | 2.643,20 | 3.004,34 |
| Mano de Obra Directa | 8.689,85 | 8.976,62 | 9.272,85 | 9.578,85 | 9.894,95 |
| Proyección Costos Indirectos de | 7.994,20 | 8.261,64 | 8.565,62 | 8.911,13 | 9.303,85 |
| TOTAL | 18.484,05 | 19.284,19 | 20.163,93 | 21.133,18 | 22.203,14 |
| BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS PROYECTADAS | 64.000,00 | 72.744,32 | 82.683,38 | 93.980,41 | 106.820,95 |
| VENTAS NETAS | 64.000,00 | 72.744,32 | 82.683,38 | 93.980,41 | 106.820,95 |
| (-) Costos de Producción | 18.484,05 | 19.284,19 | 20.163,93 | 21.133,18 | 22.203,14 |
| UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS | 45.515,95 | 53.460,13 | 62.519,44 | 72.847,23 | 84.617,81 |
| GASTOS ADMINISTRACION | 12.452,60 | 12.285,54 | 12.655,40 | 12.610,95 | 13.005,85 |
| Sueldos | 10.019,07 | 10.352,71 | 10.697,45 | 11.053,68 | 11.421,76 |
| Gastos de Limpieza | 66,70 | 68,92 | 71,22 | 73,59 | 76,04 |
| Suministros y Materiales | 63,20 | 65,30 | 67,48 | 69,73 | 72,05 |
| Servicios Básicos | 600,00 | 619,98 | 640,63 | 661,96 | 684,00 |
| Gastos Constitución | 525,00 | | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Gastos depreciación | 1.178,62 | 1.178,62 | 1.178,62 | 752,00 | 752,00 |
| GASTOS VENTAS | 6.006,93 | 6.206,96 | 6.413,65 | 6.627,22 | 6.847,91 |
| Gastos Personal | 4.344,81 | 4.489,49 | 4.638,99 | 4.793,47 | 4.953,09 |
| Gastos Publicidad | 1.662,12 | 1.717,47 | 1.774,66 | 1.833,76 | 1.894,82 |
| UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL | 27.056,43 | 34.967,64 | 43.450,40 | 53.609,06 | 64.764,05 |
| GASTOS FINANCIEROS | 3.907,51 | 3.218,19 | 2.441,44 | 1.566,19 | 580,28 |
| Intereses Pagados | 3.907,51 | 3.218,19 | 2.441,44 | 1.566,19 | 580,28 |
| UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO | 23.148,92 | 31.749,45 | 41.008,96 | 52.042,87 | 64.183,77 |
| Participación trabajadores | 3.472,34 | 4.762,42 | 6.151,34 | 7.806,43 | 9.627,57 |
| UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS | 19.676,58 | 26.987,03 | 34.857,61 | 44.236,44 | 54.556,20 |
| Impuesto a la renta | 1.082,99 | 2.179,56 | 3.342,52 | 5.218,29 | 7.369,55 |
| UTILIDAD O PERDIDA NETA | 18.593,60 | 24.807,48 | 31.515,09 | 39.018,15 | 47.186,65 |

NOTA : LOS IMPUESTOS SE CALCULAN DE ACUERDO A LA ULTIMA TABLA PUBLICADA POR EL SRI
2011Elaborado por: La Autora

5.4.2.1 Calculo del Impuesto a la Renta

El cálculo se lo realiza de acuerdo a las deposiciones tributarias emitidas por el SRI, por ser una microempresa, constaría como persona Natural no obligada a llevar Contabilidad y el cálculo se lo realizó de acuerdo a la siguiente tabla debiendo declarar en el formulario 102.A.

En el artículo 37 de la Ley reformativa a la Ley de Régimen Tributario Registro Oficial Nro. 94 del 21-12-2009, manifiesta textualmente “Están obligados a llevar contabilidad las personas naturales o jurídicas que superen un capital de Usd. 60.000,00”, en el caso de esta microempresa aunque iguala pero no supera este monto por lo tanto no es obligada a llevar contabilidad.

Tabla Nro. 3 Tabla de Impuesto persona Natural

| Fracción Básica | Exceso Hasta | Impuesto fracción Básico | Impuesto excedente |
|--------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------------|
| 0 | 9.210 | - | 0% |
| 9.210 | 11.730 | 0 | 5% |
| 11.730 | 14.670 | 126 | 10% |
| 14.670 | 17.610 | 420 | 12% |
| 17.610 | 35.210 | 773 | 15% |
| 35.210 | 52.810 | 3.413 | 20% |
| 52.810 | 70.420 | 6.933 | 25% |
| 70.420 | 93.890 | 11.335 | 30% |
| 93.890 | En adelante | 18.376 | 35% |

Resolución: NAC-DGERCGC10-00733

Fuente : SRI

| cálculo Impuesto para el primer año | | | |
|-------------------------------------|-----------------|-----------|----------|
| base imponible | fracción básica | excedente | total |
| 19.676.58 | 17.610.00 | 2.066.58 | |
| valor a pagar | 773.00 | 309.99 | 1.082.99 |

Nota el excedente multiplicado por el 15 %

5.4.3. Estado de Flujo de Caja Proyectado

El Estado de flujo de caja, permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la microempresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente

Cuadroa Nro.67 Flujo De Efectivo Proyectado

| FLUJO DE CAJA CON PROTECCION | | | | | | |
|---|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INVERSION | (95.000,00) | | | | | |
| Utilidad del Ejercicio | | 18.593,60 | 24.807,48 | 31.515,09 | 39.018,15 | 47.186,65 |
| (+) Depreciaciones | | 7.215,42 | 7.215,42 | 7.215,42 | 6.788,80 | 6.788,80 |
| Otros | | | | | | |
| TOTAL DE INGRESOS | | 25.809,02 | 32.022,90 | 38.730,51 | 45.806,95 | 53.975,45 |
| Egresos | | | | | | |
| Pago de deuda | | 5.435,21 | 6.124,53 | 6.901,28 | 7.776,53 | 8.762,44 |
| Otros | | | | | | |
| (-) Total de egresos | | 5.435,21 | 6.124,53 | 6.901,28 | 7.776,53 | 8.762,44 |
| (+) Recuperación efectivo | | | | | | 7.432,04 |
| (+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros) | | | | | | 39.544,11 |
| FLUJO NETO | (95.000,00) | 20.373,80 | 25.898,36 | 31.829,23 | 38.030,41 | 92.189,15 |

Elaborado por: La Autora

| ANEXO RECUPERACION INVERSION | |
|------------------------------|------------------|
| saldo libros activos fijos | 39.544,11 |
| Capital de Trabajo sobrante | 7.432,04 |
| | |
| TOTAL | 46.976,15 |

Elaborado por: La Autora

El flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

5.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivos calcular, estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la

implementación de la microempresa de producción, para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son: Valor Actual neto, (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo y Período de recuperación.

5.7.1. Determinación del Costo de Capital

Para realizar el cálculo del Costo del capital debemos primero establecer la TMAR (tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión, considerando que el monto de la inversión está dividido en inversión propia y financiera, la misma que se especifica a continuación.

Tabla Nro.5: Costo Del Capital y Tasa de Rendimiento Medio

| CALCULO DEL COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO | | | | | | |
|---|-----------------------|-------|-------------|-------------|----------------|-------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | TASA PONDE. | V. PROMEDIO | | |
| | | | | | | |
| INV. PROPIA | 60.000,00 | 63,16 | 5,00 | 315,79 | | |
| INV. FINANCIERA | 35.000,00 | 36,84 | 12,00 | 442,11 | | |
| | 95.000,00 | | | 757,89 | 7,58 | 0,076 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| TRM = | (1+IF)(1+CK)-1 | | | | | |
| | | | | | | |
| TRM= | (1+0,0333)(1+0,076)-1 | | 0,1118 | 11,18 | BASE INFLACION | |
| CK = COSTO DE OPORTUNIDAD | | | | | | |
| IF = TASA DE INFLACION | | | | | | |

Elaborado por: La Autora

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, estableciéndose una tasa del 5% sobre el capital propio y el 12% sobre lo prestado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de riesgo país, en base a la tasa promedio de inflación del 3.33%,

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

5.6 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”. Es

decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos”. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

Tabla Nro. 6: Cálculo Del VAN

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | |
|---------------------------|--------------|-----------------|------------|
| Años Flujos | FLUJOS NETOS | FÓRMULA | FCA |
| 1 | 20.373,80 | =G9/1,1118 | 18.325,06 |
| 2 | 25.898,36 | =G10/(1,1118)^2 | 20.951,69 |
| 3 | 31.829,23 | =G11/(1,1118)^3 | 23.160,40 |
| 4 | 38.030,41 | =G12/(1,1118)^4 | 24.889,97 |
| 5 | 92.189,15 | =G13/(1,1118)^5 | 54.268,33 |
| | 208.320,96 | | 141.595,45 |

Elaborado por: La Autora

| VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSION | | | |
|---|-------------------|-----------|-----|
| VAN = | 141.595,45-95000= | 46.595,46 | VAN |

$$VAN = -Inversión + \sum \frac{FC}{(1+i)^n}$$

$$(95.000) + [16139,36 \div (1,1118)^1] + [25.898,36 \div (1,1118)^2] + [31829,23 \div (1,1118)^3] + [38.030,41 \div (1,1118)^4] + [92189,15 \div (1,1118)^5] = 46.595,46 \text{ VAN}$$

Interpretación: Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados de \$141.595,45 superior a la inversión inicial de \$ 95.000,00 la microempresa logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años. El VAN es de Usd. 46.595,46.

5.7 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

Tabla Nro. 7 Cálculo De La TIR

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| AÑOS | FLUJOS NETOS. | POSITIVO | NEGATIVO |
| 0 | -95.000,00 | -95.000,00 | -95.000,00 |
| 1 | 20.373,80 | 16.430,49 | 16.169,68 |
| 2 | 25.898,36 | 16.843,37 | 16.312,90 |
| 3 | 31.829,23 | 16.694,03 | 15.911,62 |
| 4 | 38.030,41 | 16.085,86 | 15.088,60 |
| 5 | 92.189,15 | 31.446,43 | 29.028,67 |
| | 113.320,97 | 2.500,18 | - 2.488,52 |

Elaborado por: La Autora, Fuente: directa

$$VAN = -Inversión + \sum \frac{FC}{(1+i)^n}$$

| | | | |
|----|----------|----------------|----------|
| 2% | 4988,70 | TIR FINANCIERO | 2.500,18 |
| X | 2.500,18 | | 2.488,52 |
| | | | 4.988,70 |

| | | | | |
|--|----------|----|-------|-----|
| | 5.000,36 | ←→ | 1,002 | |
| | 4988,70 | | 24 | |
| | | | 25,00 | TIR |

La TIR para el presente proyecto es de **25 %**. Tasa aceptable ya que supera la TRM (Tasa de Rendimiento Medio) que es del **11.18 %**.

5.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Tabla No. 8 Recuperación de la Inversión

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| AÑOS | FLUJOS NETOS. | FCA | CANTIDAD | RUCUPERAC. |
| 1 | 20.373,80 | 18.777,70 | 18.777,70 | 18.777,70 |
| 2 | 25.898,36 | 21.999,50 | 21.999,50 | 40.777,20 |
| 3 | 31.829,23 | 24.919,36 | 24.919,36 | 65.696,56 |
| 4 | 38.030,41 | 27.441,77 | 27.441,77 | 93.138,33 |
| 5 | 92.189,15 | 61.309,97 | 8.607,59 | 101.745,92 |
| | 208.320,96 | 154.448,31 | 101.745,92 | |

Elaborado por: La Autora, Fuente: directa

Interpretación:

La recuperación se lo hará en 4 años 1 mes, quedando cerca de 1 año de utilidad, la misma que permitirá reinvertir en el propio proyecto.

5.9 COSTO/ BENEFICIO

Tabla Nro. 9 Flujos Netos Actualizados

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Años Flujos | FLUJOS NETOS | FÓRMULA | FCA |
| 1 | 20.373,80 | $=G9/1,1118$ | 18.325,06 |
| 2 | 25.898,36 | $=G10/(1,1118)^2$ | 20.951,69 |
| 3 | 31.829,23 | $=G11/(1,1118)^3$ | 23.160,40 |
| 4 | 38.030,41 | $=G12/(1,1118)^4$ | 24.889,97 |
| 5 | 92.189,15 | $=G13/(1,1118)^5$ | 54.268,33 |
| | 208.320,96 | | 141.595,45 |

Elaborado por: La Autora

Tabla Nro. 10 Presupuesto de Egresos

| PRESUPUESTO DE EGRESOS | | | | | |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| CONCEPTO/ ANOS | AÑO 2011 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 |
| GASTO PERSONAL | | | | | |
| Mano de Obra Directa | 8.689.85 | 8.979.22 | 9.278.23 | 9.587.20 | 9.906.45 |
| Sueldos Administrativos | 10.019.07 | 10.352.71 | 10.697.45 | 11.053.68 | 11.421.76 |
| Sueldos de Ventas | 4.344.81 | 4.489.49 | 4.638.99 | 4.793.47 | 4.953.09 |
| TOTAL | 23.053.73 | 23.821.42 | 24.614.67 | 25.434.34 | 26.281.31 |
| OTROS GASTOS | | | | | |
| Costos Indirectos Producción | 1.957.40 | 2.224.19 | 2.527.35 | 2.871.83 | 3.263.26 |
| Proyección Materia Prima | 1.800.00 | 2.045.93 | 2.325.47 | 2.643.20 | 3.004.34 |
| Gastos Administrativos | 1.254.90 | 771.69 | 797.39 | 823.94 | 851.38 |
| Gastos de ventas | 1.662.12 | 1.717.47 | 1.774.66 | 1.833.76 | 1.894.82 |
| Gastos Financieros | 3.907.51 | 3.218.19 | 2.441.44 | 1.566.19 | 580.28 |
| TOTAL | 10.581.93 | 9.977.47 | 9.866.31 | 9.738.91 | 9.594.07 |
| Depreciaciones | 7.215.42 | 7.215.42 | 7.215.42 | 6.788.80 | 6.788.80 |
| Utilidades trabajadores | 3.472.34 | 4.762.42 | 6.151.34 | 7.806.43 | 9.627.57 |
| Impuesto Renta | 1.082.99 | 2.179.56 | 3.342.52 | 5.218.29 | 7.369.55 |
| TOTAL PRESUPUESTO | 45.406.40 | 47.956.28 | 51.190.27 | 54.986.77 | 59.661.29 |

Elaborado por: La Autora

Tabla Nro. 11: Punto De Equilibrio Por Producto

| PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 2011 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 |
| INGRESOS | | | | | |
| VENTAS | 64.000.00 | 72.744.32 | 82.683.38 | 93.980.41 | 106.820.95 |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| Mano de Obra Directa | | | | | |
| Sueldos Personal administrativo | 10.019.07 | 10.352.71 | 10.697.45 | 11.053.68 | 11.421.76 |
| Sueldos de Ventas | 4.344.81 | 4.489.49 | 4.638.99 | 4.793.47 | 4.953.09 |
| Mano de Obra Directa | 8.689.85 | 8.979.22 | 9.278.23 | 9.587.20 | 9.906.45 |
| Gastos de ventas | 1.662.12 | 1.717.47 | 1.774.66 | 1.833.76 | 1.894.82 |
| Gastos Administrativos | 1.254.90 | 771.69 | 797.39 | 823.94 | 851.38 |
| Gastos financieros | 3.907.51 | 3.218.19 | 2.441.44 | 1.566.19 | 580.28 |
| Gastos Constitución | 525.00 | | | | |
| Depreciación | 7.215.42 | 7.215.42 | 7.215.42 | 6.788.80 | 6.788.80 |
| TOTAL COSTO FIJO | 37.618.68 | 36.744.18 | 36.843.58 | 36.447.02 | 36.396.58 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| Costos Indirectos Producción | 1.957.40 | 2.224.19 | 2.527.35 | 2.871.83 | 3.263.26 |
| Proyección Materia Prima | 1.800.00 | 2.045.93 | 2.325.47 | 2.643.20 | 3.004.34 |
| TOTAL COSTO VARIABLE | 3.757.40 | 2.045.93 | 2.325.47 | 2.643.20 | 3.004.34 |
| PE DOLARES | 39.965.00 | 37.807.52 | 37.909.79 | 37.501.76 | 37.449.85 |

Elaborado por: La Autora, Fuente: Directa

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | | | | | |
|---------------------|-------|-----------------------------|---|---------------------|-----------|-------|---------------------|--|--|
| | | | | | | | | | |
| FORMULA = | PE = | Costos fijos totales | = | 39161,17 | | | | | |
| | | 1-(costos variable / venta) | | 1- (12252,55/59000) | 41.525,22 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | PEU = | PE \$ | = | 22275,12 | = | 2.784 | Miel abeja de litro | | |
| | | Precio unitario de venta | | 8,00 | | | | | |
| | | | | | | | | | |

Tabla Nro. 12 Cálculo del Punto de Equilibrio

| DESCRIPCIÓN | NRO. Botes | PORCENTAJE | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | PORCENTAJE | PUNTO EQUI. DOLARES | PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES |
|-------------------------------|------------|------------|----------------|-------------|------------|---------------------|---------------------------|
| Miel de abeja de 1 litro | 4.500 | 33.33% | 8 | 36.000 | 56.25% | 22.480 | 2.810 |
| Miel de abeja de 1/2 litro | 5.000 | 37.04% | 4 | 20.000 | 31.25% | 12.489 | 3.122 |
| Miel de Abeja de 1/4 de Litro | 4.000 | 29.63% | 2 | 8.000 | 12.50% | 4.996 | 2.498 |
| TOTAL Frascos de miel | 13.500 | 100.00% | | 64.000 | 100.00% | 39965.00 | 8.430 |

Elaborado por: La Autora

Tabla Nro. 13 Punto de Equilibrio

| PUNTO EQUILIBRIO EN MIEL Y DÓLARES | | |
|------------------------------------|--------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | Botes Miel | DÓLARES |
| Miel de abeja de 1 litro | 2.810 | 22.480 |
| Miel de abeja de 1/2 litro | 3.122 | 12.489 |
| Miel de abeja de 1/4 litro | 2.498 | 4.996 |
| total | 8.430 | 39.965 |

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA

6.1. DISEÑO DE LA PROPUESTA

El objetivo principal del presente proyecto de factibilidad es incursionar en la comercialización, a su vez generar empleo a personas que viven el sector.

Ante la necesidad de mejorar la calidad de vida de la parroquia Andrade Marín, se pretende desarrollar un modelo de desarrollo económico basado en la creación de una microempresa que ofrezca miel de abeja.

Con la puesta en marcha del proyecto se fortalecerá el bienestar común se mejorará las condiciones de vida, trabajo de sus miembros, de esta manera la parroquia conseguirá logros y el proceso de lucha de los pueblos del norte del Ecuador a fin de intercambiar experiencias y fortalecer las propuestas alternativas.

6.2. MISIÓN Y VISIÓN

6.2.1. Misión

Contribuir al bienestar de la población de Andrade Marín y fortalecer su economía, a través de la dotación, desarrollo de comercialización de miel de abeja y conservación de los recursos naturales que poseen para bienestar de las culturas locales.

6.2.2. Visión

La microempresa de comercialización de miel de abeja será un establecimiento líder en la presentación de miel de abeja selecto en el cantón Antonio Ante, que goce de prestigio, confianza y credibilidad, para el 2015.

6.3. OBJETIVOS

- Apoyar al mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia Andrade Marín, a través de la generación de empleos alternativos y la obtención de ingresos originados por la industrialización y comercialización de miel de abeja.
- Contribuir a la protección y conservación de los recursos naturales y culturales que posee la zona para minimizar los impactos negativos en la naturaleza y aumentar la conciencia hacia la conservación.
- Construir la infraestructura de la empresa creando estructuras destinadas a la administración de la microempresa, así como levantar la infraestructura para la microempresa.
- Brindar capacitación a los miembros de la microempresa para mejorar el nivel de atención a los clientes, mediante la realización de cursos de formación, aprendizaje y técnicas de ventas.
- Ser parte de un proceso de mejora continua en el cumplimiento de los propósitos planteados dentro del desarrollo de las actividades a realizarse en la microempresa de comercialización de miel de abeja, siempre de la mano con la Misión y Visión, en beneficio de los consumidores y de la parroquia, lo que permitirá ser una parte del desarrollo del país.

6.4. BASE LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.4.1. Normatividad

Regular, a través de la ley, la figura de micro empresario del sector comercial alimenticio y guía intérprete de naturaleza, quien será el encargado de promover los acuerdos con el sector alimenticio y operadores locales, para el cumplimiento de códigos de regularización en la producción apícola y conducta; buenas prácticas, así como requisitos mínimos para operar en el área. Requisitos que podrían regularse por ordenanza a fin de que permitan garantizar una calidad homogénea del producto e interpretación de la naturaleza que operan en el área.

CUADRO NRO. 68
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES EN ECUADOR
AL 2010.

| <i>Tipo</i> | <i>Número Empleados</i> | <i>Valor bruto de ventas anuales</i> | <i>Valor activos totales</i> |
|-----------------|-------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| Micro | 1 – 9 | 100.000 | Menor a 100 |
| Pequeñas | Hasta 49 | Hasta 1'000,000 | De 1000,001 hasta 750,000 |
| Medianas | 50 – 199 | De 1'00,001 a 5'000,000 | De 750,001 a 4'000,000 |
| Grandes | Mayor a 200 | Mayor a 5'000,000 | Mayor a 4'000,000 |

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaboración: Autora

6.4.2. Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa

En atención a la normativa nacional vigente se identifican los siguientes requisitos:

6.4.2.1 El registro único de contribuyentes

Documento obligatorio para personas que realicen actividades económicas, el objeto es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

Para obtener el RUC se requiere:

- a) Cédula de identidad
- b) Papeleta de votación
- c) Carta de agua o de energía eléctrica
- d) Patente Municipal

6.42.2 Patente municipal

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

6.4.2.2 Seguro social

Son sujetos de afiliación del Seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares para lo cual deberá sacar el número patrona, por lo tanto es obligatorio tener la el registro patronal a través de Historia Laboral del IESS.

6.4.2.3 Licencia sanitaria de venta

Para productos alimenticios, los productos micro empresarial y artesanal para que puedan distribuir sus productos.

6.5. ASPECTOS LEGALES

Toda empresa debe cumplir con los aspectos legales existentes en el país el objetivo es aportar elementos de juicio necesarios para la toma de decisiones relacionadas con el tipo de organización legal a constituirse a

la estructura organizacional que conduzca a comunicaciones directas y a sistemas legales de información.

Toda empresa debe cumplir aspectos legales, así como las políticas, leyes, normas y reglamentos del país y del producto que serán necesarios para la creación de la microempresa, para que en un futuro no tengan contratiempos en su funcionamiento y así de esa manera satisfacer cada una de las necesidades del consumidor.

A continuación se nombra algunos aspectos legales para poder constituirse como microempresa: Registro único de contribuyentes, Patente Municipal, Registro en las cámara de la pequeña industria de Imbabura CAPI-I, Registro mercantil, Registro e Inscripción en el cámara de comercio, Registro sanitario del producto, permiso de higiene para el funcionamiento otorgado por la jefatura de salud de Imbabura y Permiso de contribución a los bomberos.

6.5.1 Razón Social La Razón

Por ser una microempresa de un solo dueño, la razón social estará a nombre de Mary Cadena impulsora del proyecto y su nombre comercial será “MIELDE ABEJA VIDA Y JUVENTUD” y su etiqueta estará diseñada de la siguiente manera.

Figura 27 Etiqueta



6.6. ASPECTOS TRIBUTARIOS

6.6.1. Principales obligaciones impositivas.

La legislación ecuatoriana tiene dos tipos de impuestos:

6.6.1.1. IMPUESTOS ORDINARIOS

- a) Impuesto a la renta
- b) Impuesto al valor agregado
- c) Impuesto a consumidores especiales

6.6.1.2. IMPUESTOS EXTRAORDINARIOS

- a) Impuesto prediales
- b) Patentes municipales
- c) Registro en CAPTUR
- d) Registro en la cámara de la pequeña industria de Imbabura
- e) Impuesto sobre el total de activos
- f) Contribución a la superintendencia de compañías
- g) Distribución de utilidades.

6.7. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA

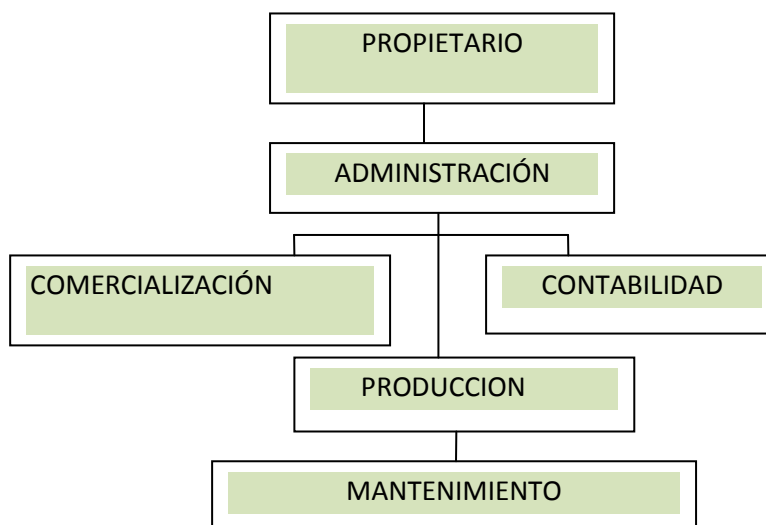
La microempresa industrializadora y comercializadora de miel de abeja utilizará un organigrama estructural para sus diferentes funciones y la comunicación recíproca de todos sus empleados y trabajadores con eficiencia y eficacia, de cada uno de sus integrantes que conforman la microempresa, para que el éxito se realice en equipo, y así obtener mejores resultados y beneficios para la microempresa.

6.7.1. Organigrama estructural

El organigrama estructural adoptado para la microempresa muestra:

- Los principales cargos
- División de las funciones
- Las líneas de autoridades y responsabilidad
- Los canales formales de comunicación
- Relaciones que existen entre los diversos puestos de la Microempresa.

Figura Nro.27 Organigrama Estructural
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



El organigrama propuesto es el más recomendado según los expertos en esta actividad económica y atienden básicamente a dos aspectos importantes de la estructura de la organización en la comunicación y el análisis.

6.7.2. EN LA COMUNICACIÓN:

La comunicación en la microempresa tiene como objetivo apoyar la estrategia de la empresa proporcionando coherencia e integración entre objetivos, los planes y las acciones de la dirección y la difusión y gestión de la imagen y de la información.

Informar la posición relativa que ocuparán los miembros de la microempresa y la relación que obtendrán con el resto de la estructura, así como interactuar con políticas específicas por departamentos, proveer un cuadro global de la estructura y facilitar la comprensión de posiciones para todo el personal.

Los canales de comunicación esta orientados a:

- Reuniones periódicas
- Entrevistas personalizadas
- Círculos de calidad
- Las notas de obligadas respuesta
- Teléfonos de servicios
- Encuestas
- Sistema de sugerencias (buzones, cartas al propietario)

6.7.3. EN EL ANÁLISIS:

Verificar las relaciones de dependencia y la relación de autoridad con un cargo o persona, definir los niveles proporciones claras del personal respecto al cargo, eliminar confusiones sobres el tipo de autoridad a un cargo lineal, asesor o funcional asignado, verificar control y monitoreo, fijar funciones, procesos homogéneos y heterogéneos.

6.8 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

La microempresa asignará las funciones y responsabilidades a desarrollarse por las áreas determinadas como la administración, producción, y guardianía.

Los deberes y atribuciones que tienen todas las personas involucradas en la microempresa son de acuerdo a su trabajo específico que se le otorgue.

A continuación se detalla por áreas:

6.8.1. La Gerencia

La microempresa contará con un gerente que entienda de Marketing, quien dirigirá para guiarla por el mejor camino y así pueda lograr un buen posicionamiento en el mercado de producción de miel de abeja.

6.8.2. La Administración

El área administrativa tiene la función de buscar la manera de tener buena comunicación recíproca, y clara entre los empresarios y los empleados. Se promoverá la capacitación, motivación, tanto del empleado como del empresario, para que juntos obtengan buenos resultados y los objetivos planteados.

6.8.3. Contabilidad

El representante en el área contable tiene el deber de tener el soporte de la caja de entrada y salida de dineros entre el personal que labora en la micro empresa y el cliente.

Su deber es la presentación de estados financieros de acuerdo al ejercicio económico, así como registrar todas las transacciones realizadas, elaborar las declaraciones por pago de impuestos y elaborar inventarios de los activos fijos.

6.8.4. Producción y Comercialización

Este puesto es de mucha importancia por ser la carta de presentación para la microempresa quien tiene el deber de dar a conocer el producto que dispone la microempresa. Informar a la administración todo lo que

ocurre durante el día, elaborar la hoja de registros diario de ventas y presentar un informe del resumen de las actividades suscitadas.

6.8.5. Seguridad industrial

En esta área se trabajará con planes de mantenimiento general de la microempresa. Se delineará políticas de seguridad industrial, salud de los empleados, monitorear todos los procesos operativos para evitar accidentes. Se aplicará políticas de capacitación al personal en temáticas de mantenimiento. Además se elaborará reportes mensuales respecto a los procesos de mantenimiento y monitoreo de instalaciones físicas, equipos y herramientas de la microempresa.

6.8.6. Guardianía

La función del área de guardianía será de velar por la seguridad de toda la microempresa salvaguardando los intereses de la misma. Esta área será la responsable de cualquier incidente que sucediera siendo la persona indicada que debe informar a la administración acerca de los incidentes que ocurran.

También se encargará del monitoreo de las instalaciones donde está ubicada la microempresa y sus alrededores, elaborar un reporte de novedades que ha sucedido en el día. Elaborar un reporte mensual de las actividades de seguridad que ha existido.

MATRIZ DE COMPETENCIAS

| IDENTIFICACION | PERFIL | COMPETENCIA | REQUISITOS |
|-----------------------|-----------------|-------------------------------------|--|
| 1 Gerente Propietario | INGENIERO CPA. | Liderazgo Paciencia | Cursos de Administración |
| 2.- CONTADOR (A) | CPA.- | Honradez Agilidad Exactitud | Cursos de Tributación y Contabilidad Comercial Edad de 24 a40 años. |
| 3.- VENDEDOR | BACHILLER (CBA) | Carisma Paciencia Solidaridad | Cursos y conocimientos en apicultura. |
| 4.-2 TRABAJADORES | CICLO BÁSICO | Paciencia Solidaridad | Edad entre 20 a 35 años. |

6.9 La dirección

Es impulsar coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados como: mando de autoridad, comunicación y supervisión.

6.9.1 El control

Consiste en establecimiento de sistemas que nos permitan medir los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, corregir, mejorar, y formular nuevos planes.

6.9.2 Formación de equipos de trabajo

La labor de los miembros del equipo es que tienen que producir las ideas y planes, con el objetivo de convertirlos en realidades. Estos son los individuos que en la práctica reinventan el negocio. Planificar la producción en la parroquia y otros grupos interesados.

Ningún equipo de trabajo puede trabajar más de un proceso a la vez, para que funcionen bien deben ser pequeños entre cinco a diez personas distribuidas en diversas funciones que conocen de su oficio.

Para ello debemos tener en cuenta el producto alimenticio a ofrecer y reflexionar acerca de si el producto conjuntamente con la naturaleza es una buena opción. A continuación detallamos los siguientes puntos:

- Considerar la ventaja potencial para la conservación
- Verificar las condiciones previas para la producción
- . Adoptar un enfoque integrado
- . Encontrar la mejor forma de incorporar a la parroquia
- Trabajar juntos en una estrategia común
- Salvaguardar la integridad ambiental y cultural
- . Garantizar el realismo comercial y la promoción efectiva
- . Entregar producto de calidad
- . Manejar los impactos

- Suministrar apoyo técnico
- Obtener el apoyo de los visitantes y las campañas publicitarias a lanzarse.
- . Monitorear el rendimiento y asegurar la continuidad.
- Elaborar proyectos viables de calidad total
- Aumentar el beneficio

6.9.3. Resolución de problemas

Se ha comprobado que una estrategia de gran éxito para el mejoramiento de la calidad del producto es el trabajo en equipo y la participación de todos los empleados en la solución de problemas.

Sabemos que trabajar en equipo no es lo mismo que trabajar en grupo. El trabajo en equipo requiere del conocimiento de las habilidades y características de cada uno de sus integrantes, así como de la utilización de una metodología de trabajo y herramientas de solución de problemas, el beneficio de trabajar en equipo radica en la consecución de un resultado con el efecto de sinergia.

El efecto de sinergia se logra cuando de un equipo hace uso de mejores habilidades de cada uno y logran un resultado superior al mejor resultado individual.

6.9.4. Mejora continua

Es probable que el mejoramiento sin fin o continuo es el concepto más poderoso para guiar a la administración. Es el término no muy comprendido en muchas empresas aunque eso tiene que comenzar a cambiar si estas empresas quieren sobrevivir. Para mantener una ola de interés en la calidad es necesario desarrollar generación de gerentes que no solo se basen en la comprensión, sino que estén dedicados a la búsqueda de una mejoría sin fin para satisfacer las necesidades externas

e intereses del cliente, el concepto requiere de un enfoque sistematizado a la administración de la calidad que tienen los componentes siguientes:

- Planear los procesos y sus insumos.
- Proporcionar los insumos a través de ventas que hará las veces de proveedor.
- Explorar los procesos.
- Evaluar los resultados
- Examinar el desempeño de los procesos.
- Modificar los procesos y sus insumos.
- Para conseguir una mejora continua en la microempresa
- Serán necesarias varias situaciones como capacitar al talento humano, adquirir nueva tecnología y estar dentro de la competitividad.

6.10. Manejo financiero

El manejo de las finanzas estará a cargo de la "gerencia financiera" o "la administración financiera" implica que los flujos descritos se manejan de acuerdo con algún plan establecido. La administración Financiera estudia precisamente, todo lo relacionado con el manejo de los flujos de fondos de las empresas.

La administración financiera se refiere a como el gerente financiero debe ver hoy los aspectos de dirección general, mientras que en el pasado solo debía preocuparse por la obtención de fondos y por el estado de caja de la empresa.

En años recientes, la combinación de factores tales como la competencia creciente, la inflación persistente, los avances tecnológicos que exigen cantidades apreciables de capital, el medio y la sociedad, las regulaciones

gubernamentales cada vez más estricta obligan a los gerentes financieros a asumir responsabilidades de dirección general.

Más aun estos factores han exigido a las organizaciones un grado considerable de flexibilidad para sobrevivir en un medio de cambios permanentes. La vieja manera de hacer las cosas se vuelve obsoleta rápidamente, la competencia exige una adaptación continua a las condiciones del medio.

Los usuarios primarios de la administración financiera son los gerentes financieros de la organización, ya que las finanzas nos enseñaran como adaptarse al cambio y la eficiencia para planear el manejo de los fondos que requiera la microempresa con que identifique la adecuada asignación de fondos y la obtención de los mismos.

Los anteriores son aspectos que influyen no solamente en el éxito de la empresa sino que también afecta la economía en general. En la medida en que los fondos se asignen en forma equivocada, el crecimiento de la economía será lento y en una época de escasez y de necesidades económicas insatisfechas será algo que irá en deterioro de toda la sociedad.

La asignación de fondos en forma eficaz en una economía es vital para el crecimiento optimo de la misma y también para asegurara los cuidados del más alto nivel de satisfacción a sus deseos, el gerente financiero a través de una optima asignación de fondos contribuye al fortalecimiento de la empresa y a la vitalidad y a el crecimiento de toda la economía, los objetivos de la gerencia financiera se basan en los objetivos de la empresa:

Maximizar el valor de las acciones para beneficio de inversionista.

Satisfacción personal, bienestar de los trabajadores y de la comunidad en general.

La oferta / demanda, la inflación y el crecimiento económico afectan el valor de las acciones.

Las actividades financieras en la microempresa son:

- Estimación de ingresos de inversión.
- Financiamiento
- Maximización del capital invertido
- Reinversión de utilidades

En el manejo financiero tendremos algunas herramientas eficaces que nos ayudaran al desenvolvimiento diario financiero en la micro empresa:

- Estados financieros
- Análisis de estados financieros
- Razones financieras
- Categorías de razones
- Identidad du-Pont

6.11. Seguimiento y Control

Las técnicas y los sistemas de control son esenciales para inspeccionar el dinero, los procedimientos de la recepción, el ánimo y la calidad del servicio que se ofrece. El seguimiento y control de un negocio implica tres pasos: (1) establecimiento de parámetros, (2) medición del desempeño, (3) corrección de todo aquello que se desvíe de parámetros y planes.

Para la microempresa el seguimiento que dará será por medio de la responsabilidad de la dirección quien debe definir y documentar sus políticas y sus objetivos respecto a la calidad del servicio, la política de calidad del producto debe ser congruente con las metas de la

microempresa, debe además asegurarse que esta política sea conocida y entendida por todos los niveles de la microempresa.

La dirección debe, además definir la microempresa, asignar responsabilidades y autoridad y ejercer el seguimiento y control sobre el sistema para mantenerlo. Se debe mantener y establecer un sistema de calidad documentado (un manual interior como guía de operaciones de calidad) como medio de asegurar que el producto cumpla con los requerimientos especificados.

La empresa debe establecer y mantener procedimientos para controlar y verificar la calidad del producto y asegurar que se cumplan con los requerimientos especificados.

Todos los productos de producción alimenticia deberían ofrecer al cliente una experiencia de alta calidad y someterse a un plan comercial riguroso.

La calidad se relaciona con la entrega de una experiencia que cumpla o supere las expectativas del cliente y visitante. Esto variará a su vez en función cómo el producto salga al mercado, lo que refuerza la necesidad de hacer una investigación efectiva del mismo.

Aunque no se busque el lujo y el refinamiento, un importante sector del mercado de producción, frecuentemente atendido por personal capacitado de la microempresa, está buscando una experiencia enriquecedora con la vida natural, una visita segura, cómoda y una atención eficiente de la empresa. Por otra parte, el sentido especial de descubrimiento, bienvenida y privilegio que puede proporcionar la visita a una parroquia es algo realmente único y que muchos visitantes valoran.

CAPÍTULO VI

6. IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO

6.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Especialmente para los pobladores de la parroquia Andrade Marín ya que pueden tener efectos positivos de la cohesión de la microempresa - parroquia. Los efectos socio económicos principales pueden ser, la generación de actividad productiva de miel de abeja , los procesos socio políticos de la parroquia, la organización comunitaria con otras empresas vinculadas en el sector comercial alimenticio, lo que proporcionara una interrelación social que coadyuve al mejoramiento socio económico del sector.

Los indicadores de desarrollo social pueden ser, la interrelación comercial entre familias de la parroquia y los consumidores, así como un mejoramiento socio económico de la calidad de la infraestructura de la parroquia como producto de los visitantes en la parroquia.

6.2. IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

Desde el punto de el punto de vista educativo la implementación del proyecto puede generar el mejoramiento educativo de la población de Andrade Marín, ya que la administración de la microempresa tiene como objetivo social reclutar personal de esta parroquia para trabajar en la misma, previo a eventos de capacitación que se realizará a través del SECAP, Universidad Técnica del Norte, Católica, UCL, Universidad de Otavalo y otros organismos que tienen que ver con el componente de capacitación y formación profesional en la provincia de Imbabura.

Otro factor educativo que genera el proyecto es que los miembros de la parroquia podrán ser capacitados en áreas como la producción, procesamiento de alimentos, la gastronomía y la cultura otros que guardan relación con la producción alimenticia.

6.3. IMPACTO EMPRESARIAL

Con la implementación del proyecto, la afluencia de visitantes en la parroquia Andrade Marín que será como parte del itinerario turístico que se brindan las empresas que trabajarían conjuntamente con nuestra microempresa y se podría generar la implementación de pequeñas negocios a los alrededores de la microempresa comercializadora de miel de abeja de características artesanales, gastronómicas, que les permita a sus habitantes vender sus productos a los visitantes.

La microempresa es uno de los mecanismos atribuidos a la generación de empleo indirecto de bajo costo, baja inversión y que ocupa mano de obra capacitada.

6.4. IMPACTO ÉTICO

Con el desarrollo del proyecto se dará un impacto ético dando una valoración a la microempresa productiva y turística al entorno de la parroquia Andrade Marín, las características productivas que presenta el área de acción del proyecto son de alto significado simbólico productivo para clientes y visitantes, los representantes más importantes de estos sitios productivos con alto potencial productivo son: la ciudad de Atuntaqui, Cotacachi, Otavalo, además las especies florícolas y faunísticas del sector Antonio Ante.

Todos estos componentes que existen en su entorno dan realce a la parroquia dando un alto impacto ético para al sector. Con esta perspectiva la implementación del proyecto tendrá tendencia a impactos altamente positivos para un desarrollo armónico de los recursos naturales con fines productivos y de desarrollo local.

6.5. IMPACTO AMBIENTAL

La microempresa puede generar los siguientes impactos ambientales:

6.5.1. Sobre el agua

El agua no se verá afectada, ya que no existe ningún cruce de ríos o acequias en el área cercana al proyecto, las aguas residuales serán evacuadas a la red de alcantarillado principal, lo que no permita malos olores en el medio, los desechos líquidos serán mínimos y son común consecuencia del uso de agua en actividades de la producción de los residuos de la microempresa así como la limpieza local.

6.5.2. Impacto sobre el paisaje.

El impacto sobre la flora y la fauna del sector es mínima, ya que se localiza la microempresa en vegetación alterada con fines de agricultura domestica o vivienda, sobre la fauna no existe impacto alguno ya que no existen especies endémicas relevantes a acepción de pequeños mamíferos.

6.6. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la evaluación de los impactos que el proyecto tenga sobre el medio en el que se va ejecutar, se utilizará una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La valoración se dará según los niveles de impacto que en la siguiente tabla se detallan:

6.6.1. NIVELES DE IMPACTO

CUADRO No. 69 NIVELES DE IMPACTO

| | |
|----|------------------------|
| 3 | Impacto Positivo Alto |
| 2 | Impacto Positivo Medio |
| 1 | Impacto Positivo Bajo |
| 0 | No hay Impacto |
| -1 | Impacto Negativo Bajo |
| -2 | Impacto Negativo Medio |
| -3 | Impacto Negativo Alto |

FUENTE: Investigación directa ELABORACION: La Autora

6.6.2. IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

CUADRO No. 72 ,IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| <i>Indicadores</i> | | | | | | | | |
| Generación de empleo | | | | | | | X | 3 |
| Estabilidad familiar | | | | | | X | | 2 |
| Mejoramiento calidad de vida | | | | | | | X | 1 |
| Rentabilidad | | | | | | X | | 2 |
| Total | | | | | | 4 | 6 | Σ8 |

FUENTE: Investigación directa ELABORACION: La Autora

$$\text{IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. De Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO SOCIO-ECONOMICO} = \frac{8}{4} = 2$$

$$\text{IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO} = 2$$

El proyecto generará puestos de empleo, ya que el personal pertenecerá a la parroquia Andrade Marín siempre y cuando cumplan con el perfil requerido. La generación de empleo brinda estabilidad económica que permitirá que los hogares de los empleados cuenten con un ingreso razonable según el desenvolvimiento de cada uno de ellos ayudando a cubrir las necesidades básicas como son: alimentación, estudios, vestido y vivienda.

El mejoramiento de la calidad de vida tendrá un efecto positivo para los miembros de la familia ya que al generarse empleo se obtendrá una fuente de ingresos con la que puedan desenvolverse en su vida cotidiana.

6.6.3. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO No. 73, IMPACTO EMPRESARIAL

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| <i>Indicadores</i> | | | | | | | | |
| Estrategias de mercado | | | | | | X | | 2 |

| | | | | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|---|---|------------|
| Competencia | | | | | | X | | 2 |
| Satisfacción de necesidades | | | | | | X | | 2 |
| Experiencia y capacitación | | | | | | | X | 3 |
| Total | | | | | | 6 | 3 | $\Sigma 9$ |

FUENTE: Investigación directa ELABORACION: La Autora

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. De Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{9}{4} = 2.25 \approx 2$$

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = 2$$

Será necesario implantar buenas estrategias de mercado que permitan atraer clientes quienes gusten de disfrutar del producto.

Una vez posesionados en el mercado, será necesario mantener calidad del producto para poder competir y obtener un margen de rentabilidad.

El proyecto pretende cubrir la demanda insatisfecha del producto que existe en Antonio Ante, ubicado en un sitio estratégico para llevar a cabo el proyecto.

Para ingresar y mantenerse en el mercado será necesario capacitar a las personas que van a integrar la microempresa para brindar el mejor del producto a los clientes.

6.6.4. IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL

CUADRO No. 72. : IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL

| Indicadores | Nivel de Impacto | | | | | | | Total |
|---|-------------------------|----------------|----------------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| | - 3 | - 2 | - 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Capacitación a integrantes de la microempresa | | | | | | | X | 3 |
| Preservación de las costumbres | | | | | | X | | 2 |
| Fortalecimiento de la producción | | | | | | | X | 3 |
| Total | | | | | | 2 | 6 | Σ8 |

FUENTE: Investigación directa **ELABORACION:** La Autora

Σ Nivel de Impacto

IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL = _____

No. De Indicadores

8

IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL = _____ = 2,66 ≈ 3

3

IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL = **3**

La capacitación será el eje modular del proyecto, la empresa auspiciará capacitaciones continuas en las áreas relacionadas con: producción, atención al cliente, gastronomía, etiqueta, relaciones humanas, entretenimiento y destreza, primeros auxilios, nutrición, entre otras.

6.6.5. IMPACTO ÉTICO

CUADRO No. 73, IMPACTO ÉTICO

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|-----------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Indicadores | | | | | | | | |
| Generación de autoestima | | | | | | | X | 3 |
| Rescate de valores | | | | | | X | | 2 |
| Capacitación continua | | | | | | | X | 3 |
| Brindar producto de calidad | | | | | | | X | 3 |
| Seguridad | | | | | X | | | 1 |
| Total | | | | | 1 | 2 | 9 | Σ12 |

FUENTE: Investigación directa ELABORACION: La Autora

Σ Nivel de Impacto

IMPACTO ÉTICO = _____

No. De Indicadores

12

IMPACTO ÉTICO = _____ = 2,40 ≈ 2

5

IMPACTO ÉTICO = 2

En el aspecto ético este proyecto es positivo porque tiende a mejorar las relaciones interpersonales y tener confianza de que el personal se encuentra capacitado para atender a los clientes que llegarán a visitar la parroquia. Brindando un producto de calidad para mantener el mercado de consumidores.

6.6.6. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No. 74, IMPACTO AMBIENTAL

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| Indicadores | | | | | | | | |
| Conservación del medio ambiente | | | | | | | X | 3 |
| Aprovechamiento de recursos | | | | | | | X | 3 |
| Higiene, salud | | | | | | | x | 3 |
| Total | | | | | | | 9 | Σ9 |

FUENTE: Investigación directa **ELABORACION:** La Autora

Σ Nivel de Impacto

IMPACTO AMBIENTAL = _____

No. De Indicadores

9

IMPACTO AMBIENTAL = _____ = 3

3

IMPACTO AMBIENTAL = **3**

Por ser un proyecto de producción de miel de abeja se plantea proteger y respetar el medio ambiente ya que es la fuente principal del proyecto, mediante el cumplimiento de las normas que se tomarán para no dañar el recurso natural.

La empresa será la encargada de regular que no se boten los desperdicios, y mejor aprendan a reciclar y a dar un mejor uso a estos materiales.

6.7. MATRIZ GENERAL

CUADRO No. 75, MATRIZ GENERAL

| Nivel de Impacto | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |
|----------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|
| Ámbito | | | | | | | | |
| Socio - económico | | | | | | X | | 2 |
| Empresarial | | | | | | X | | 2 |
| Educativo - cultural | | | | | | | X | 3 |
| Ético | | | | | | X | | 2 |
| Ambiental | | | | | | x | | 2 |
| Total | | | | | | 8 | 3 | Σ11 |

FUENTE: Investigación directa ELABORACION: La Autora

$$\text{IMPACTO GENERAL} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. De Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO GENERAL} = \frac{11}{5} = 2,2 \approx 2$$

$$\text{IMPACTO GENERAL} = 2$$

Por lo expuesto en relación a los impactos que tendrá el proyecto y que es valorado con 2 puntos como promedio en la matriz general, el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que comercialice miel de abeja tendrá un Impacto Positivo por lo que plantea una expectativa de implantar la propuesta, en tanto se mantengan las condiciones dadas.

CONCLUSIONES

- El proyecto de la creación de una Microempresa dedicada a la Producción y Comercialización de Miel de Abeja en Cantón Antonio Ante es viable en todas sus etapas, siendo factible su implementación puesto que permite recuperar la inversión inicial, generando utilidades para su dueño y empleados.
- La oferta estará ligada a varios componentes que coadyuvarán a mantener la demanda; como promoción y comercialización que se efectuará a través de publicaciones en medios de prensa, radio, hojas volantes y otros.
- Con la predisposición de los emprendedores del proyecto para desarrollar la propuesta de la creación de una Microempresa dedicada a la Producción y Comercialización de Miel de Abeja permitirá generar ingresos económicos para las personas que operan dentro del mismo.
- La decisión administrativa tendrá bien definido los procesos, para proveer de una buena atención al cliente, permitiendo así el fortalecimiento del negocio.
- El resultado del estudio técnico y financiero es totalmente favorable para la creación de la microempresa dedicada a la Producción y Comercialización de Miel de Abeja; pues en su evaluación financiera todos sus indicadores son positivos.

RECOMENDACIONES

- Incentivar y capacitar al grupo humano que colabora en la propuesta, coadyuvará con el manejo adecuado del negocio, bajo leyes y reglamentos que se encuentren en vigencia y sobre todo la buena atención al cliente.
- Para garantizar el desarrollo efectivo del proyecto es recomendable mantener la comprensión de la demanda, y de cada una de sus expectativas, mediante una oferta efectiva de calidad y buen servicio.
- Trabajar con un grupo humano que este comprometido con un fin común para beneficio de la empresa y suyo propio.
- Incentivar y fomentar a la población la cultura de salud como parte de un estilo de vida sana, puesto que la miel de abeja es altamente nutritiva y saludable.
- Se recomienda la ejecución del presente proyecto, puesto que se determino su prefactibilidad a través del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.

BIBLIOGRAFÍA

ANDER, Ezequiel, AGUILAR, María, Como elaborar un proyecto, Guía para diseñar proyectos sociales y culturales, décima sexta edición año 2.004.

BACA URBINA, Gabriel; Evaluación de Proyectos” Quinta Edición, México. (2006)

BARRAGÓN N, José; Administración de pequeñas y medianas empresas, México.(2005)

BENALCÁZAR, Marco, ÁLVAREZ, Galo, MONTESDEOCA, Cesar, Guía para realizar Monografías, Tesinas, y Tesis de Grado, FECYT – CDI, Año 2.005.

CASTILLO, Patricio; Agenda Informativa Contable Laboral, Quito Ecuador (2006)

CERDA, GUTIÉRREZ, Hugo; Como Elaborar Proyectos” , Editorial Magisterio ,Quito Ecuador (2003).

CHILQUINGA, Manuel, Costos, Ibarra Ecuador (2005)

IZQUIERDO Enrique, Investigación Científica, Proyectos – investigación Participativa – Acción, onceava edición 2004.

JÁCOME, Walter, “ Bases teóricas y científicas para la evaluación de Proyectos” Ibarra-Ecuador, (2005).

FÉLIX HERRERO GARCÍA, Cartilla de divulgación Nro. 16.- Lo que Usted debe Saber Sobre La Miel de Abeja. Caja España (2010)

MANRIQUE, A. J. & PEREZ, MIRIAN S. . La comercialización de la miel (2005)

MANTILLA, Farid, Técnicas de Muestreo, Un enfoque a la investigación de mercados, primera edición, año 2006.

MICROSOFT, Encarta, 2007.

MUÑOZ, Rafael, , Márquetin en el siglo XXI, 2da. Edición. (2007)

LOPEZ, Antonio; Enciclopedia Interactiva Estudiantil Siglo XXI, Madrid-España, (2009).

OCÉANO, Enciclopedia del Empresario, año 2004.

POSSO, Miguel, Metodología Para Trabajo de Grado” 3ra. Edición, (2006)

RODRÍGUEZ, Jorge, El vendedor profesional cero errores, Guía practica para lograr el éxito en las ventas, junio 2004, Quito.

ROJO, G., JAVIER. 2004. Acopio, purificación y envasado de miel. Disponible en www.miel.uqroo.mx/miel_web/princip/ensayoqroo.htm. Consultado el 23-01-11.

SALVAT, EDITORES S.A., Diccionario (2007).

TORRES, Luis; Régimen Legal Para La Microempresa, Segunda Edición, Ecuador. Quito, Ecuador, (2005)

LINCOGRAFIA

[w.w.w. LA PEQUEÑA EMPRESA - Monografias_com.htm](http://w.w.w.LA%20PEQUEÑA%20EMPRESA%20-%20Monografias_com.htm)

[w.w.w..documentos-disponibles-fao.htm.](http://w.w.w..documentos-disponibles-fao.htm)

[WWW.antonioanteestadísticas. Htm](http://WWW.antonioanteestadísticas.Htm)

www.entornomedico.org/salud/nutricion/noticias/01.html

www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html

www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html

www.pymes.gob.mx/promode/invmdo.asp

http://www.wikilearning.com/monografia/la_administracion_de_empresas-el_concepto_de_administracion/11860-2

[w.w.w.infojardines.htm.](http://w.w.w.infojardines.htm)

w.w.w.inec.htm

w.w.w.magap.htm

w.w.w.monografías.com

[w.w.w.lamolina.edu.pe.htm.](http://w.w.w.lamolina.edu.pe.htm)

[w.w.w. PROYECTO PRODUCTIVO III_ LOS VIVEROS.htm](http://w.w.w.PROYECTO%20PRODUCTIVO%20III%20-%20LOS%20VIVEROS.htm)

[w.w.w. sica.gov.ec.](http://w.w.w.sica.gov.ec)

[w.w.w. Región Sierra » Imbabura.htm](http://w.w.w.Región%20Sierra%20»%20Imbabura.htm)

[w.w.w. Régimen legal para la microempresa.htm.](http://w.w.w.Régimen%20legal%20para%20la%20microempresa.htm)

[w.w.w Te soñamos la ciudad más linda del Ecuador.htm](http://w.w.w.Te%20soñamos%20la%20ciudad%20más%20linda%20del%20Ecuador.htm)

w.w.w. Wikipedia, la enciclopedia libre.htm

www.productosherbalife.com

www.salud7.com.mx/productos/index.html

www.boutiqueherbal.com

www.revolucionnutricional.com

CDS.

- SIISE 4.5 2006.- Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (Ultimo Censo Nacional)
- III Censo Nacional Agropecuario .- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos .
- III Censo Nacional Agropecuario de la Provincia de Imbabura .- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos .
- CURSO DE FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS PRODUCTIVOS
INSTRUCTOR: MSc. Ing. Jorge Villavicencio Ch.
- Elaboración y Evaluación de Proyectos editado por la Corporación Financiera Nacional CFN. 2007.
- CURSO DE FORMULACION DE PROYECTOS PRODUCTIVOS
Ing. José López B.

ANEXOS

ANEXOS

COMPROBACIÓN DEL TIR Y VAN

ANEXO 1

| | | | | |
|--|-----------------------|------------|--|--|
| | | | | |
| | INVERSION INICIAL | -95.000,00 | | |
| | RENDIMIENTO AÑO 1 | 20.373,80 | | |
| | RENDIMIENTO AÑO 2 | 25.898,36 | | |
| | RENDIMIENTO AÑO 3 | 31.829,23 | | |
| | RENDIMIENTO AÑO 4 | 38.030,41 | | |
| | RENDIMIENTO AÑO 5 | 92.189,15 | | |
| | COSTE CAPITAL | 0,1118 | | |
| | | | | |
| | VAN= | 46.595,46 | | |
| | | | | |
| | SI ACEPTA EL PROYECTO | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | TIR= | 25,00% | | |

ELABORADO POR LA AUTORA, Fuente Directa

CONSULTA DE VENTAS

ANEXO 2

Aprende sobre MercadoLibre

- Cómo comprar
- Por qué MercadoLibre es seguro
- Consejos para una transacción exitosa
- Cómo pago mi compra

Más publicaciones del vendedor



Mesa De Centro Colineal Nueva Y Moderna!!
U\$S 300⁰⁰



Miel De Abejas 100% Pura Y Organica 1lt. Producimos
U\$S 12⁵⁰



Miel De Abejas 100% Pura Y Organica 300g Producimos
U\$S 3⁵⁰



Polen Granulado 300g Natural Y Organico Somos Productores
U\$S 6⁵⁰

Ubicación: Ambato, Tungurahua, Ecuador

Barrio: Chibuleo

Fecha de publicación: Diciembre 31

Teléfono: 091707677

Precio: \$8,00USD

Vendo miel de abeja pura en tarrinas de un litro.

ELABORADO POR LA: AUTORA, FUENTE. www.comerciolibre.com

ANEXO NRO. 3

VENDO MIEL DE ABEJA

\$8,00USD

Otras ventas - Quito - Diciembre 3

VENDO MIEL DE ABEJA EN ESTADO SOLIDO AL POR MAYO Y MENOR VALOR AL POR

ELABORADO POR LA: AUTORA, FUENTE. www.comerciolibre.com

ANEXO NRO. 4



- **Cuatro** tipos de mieles de abeja varietales: 2 claras y 2 oscuras Cosecha limitada de la Sierra y Costa ecuatoriana.
- **Peso Bruto:** 431 gr. / **Peso Neto:** 126 gr. / **Precio:** \$ 10,00

ELABORADO POR LA: AUTORA, FUENTE. www.comerciolibre.com